

إهداء --  
الى ابنتي العزيزة  
دلاء يحيى

## الاتصال

الأهمية - الفاعلية - المصادقية

مع ألهى الوفاة  
في مستقبل باهر

د. كمال الشافعي

دكتور

محمد كمال الشافعي

---



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿١٣﴾ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا  
وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ﴿١٣﴾

سورة الحجرات ، الآية ١٣

|

\_\_\_\_\_



إهداء .....

إلى ذكراه الطيبة .....

وسيرته العطرة .....

إلى أبي " كمال القاضي "

ابنك " محمد "



## تقديم

الاتصال ظاهرة اجتماعية إنسانية لا غنى للإنسان عنها منذ ظهور البشرية حتى آخر الزمان .

وتلخص الآية الكريمة : "..... وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا " هذه الفكرة وتؤكددها .....

فالإنسان منذ القدم يسعى نحو الاتصال بالآخرين ، وكانت ومازالت نظرية " الآخر " الفلسفية هي التي تحكم تصرفات الإنسان وسلوكه نحو الآخرين وستظل كذلك إلى آخر الدهر .....

ويتناول هذا المؤلف ظاهرة الاتصال الإنساني من عدة وجوه هي:

- مفهوم الاتصال .
- أنواع الاتصال .
- أهمية الاتصال .
- مصداقية الاتصال .
- فاعلية الاتصال .

وبالله التوفيق ،،،،،

المؤلف

القاهرة : إبريل ٢٠٠٢

C  
L  
C  
C  
C  
C

## محتويات الكتاب

|

\_\_\_\_\_

## المحتويات

رقم الصفحة	
١	* مفهوم الاتصال
١	* أهمية الاتصال
٤	- أهمية الاتصال لحياة الجماعة
٦	- المعنى اللغوي للاتصال
٧	- المعنى الاصطلاحي للاتصال
٩	- ديناميكية عملية الاتصال
١٠	- الاتصال بالمعنى الشكلي
١٣	- الاتصال بالمعنى الموضوعي
١٥	- التدرج الاقناعي الاتصالي
١٩	- الفرق بين وسيلة الاتصال وأسلوب الاتصال
	وتكنيك الاتصال
٢٣	- نشأة علم الاتصال
٢٥	- شروط الاتصال
٥٤	- معوقات الاتصال
٦٠	* أنواع الاتصال ومهاراته :
٦٠	١- من حيث أطراف العملية الاتصالية
٦٦	٠ مهارات الاتصال الكمي
٦٨	٢- من حيث المواجهة ( المباشرة )
٧٠	٠ مهارات الاتصال المواجهي وغير المباشر
٧٣	٣- من حيث القائم بالاتصال
٧٥	٠ مهارات الاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال

٧٩	٤- من حيث المتلقى للاتصال
٨١	• مهارات الاتصال من حيث المتلقى للاتصال
٨٢	٥- من حيث موضوع الاتصال
٨٦	• مهارات الاتصال وفقا لمعيار موضوع الاتصال
١٠٦	٦- من حيث المنظور الحديث للاتصال
١٠٧	٧- من حيث معيار الشرعية
١٠٨	٨- من حيث المنظور الاخلاقي
١٠٩	٩- من حيث الهدف من الاتصال
١١٢	١٠- من حيث أسلوب الاتصال
١١٧	١١- من حيث وسيلة الاتصال
١٢٢	< وسائل الاتصال ووسائل الاعلام
١٢٨	< دور قادة الرأي فى فاعلية الاتصال
١٤١	< المهارات العامة للاتصال :
١٤٣	- مهارات التخاطب
١٧١	- مهارات المعرفة
١٩٤	× بيان بالأشكال والرسوم التوضيحية
١٩٥	× مصادر الكتاب ومراجعته



## مفهوم الاتصال

الاتصال الإنساني ظاهرة اجتماعية نشأت مع نشوء المجتمعات البدائية في العصور القديمة ؛ فالاتصال في مولده كان اتصالاً إنسانياً في مراحل الأولى ؛ إذ كان مقصوراً على اتصال الإنسان بذويه ( الزوجة - الأب - الأم - الأخوة - الأولاد ) أى أنه كان محصوراً في نطاق الأسرة الصغيرة ثم في دائرة العائلة . وبعد فترة من الزمن ، تحول الاتصال من ظاهرة إنسانية إلى ظاهرة اجتماعية شملت دوائر أوسع من دائرتي الأسرة والعائلة ، وأصبح يشمل دوائر : العشيرة - القبيلة - القرية .

وبعد حقبة طويلة من الزمان ومع اختراع و ظهور وسائل الاتصال العامة ( الجماهيرية ) ، عرف العالم مفهوم " الاتصال الإعلامي " أو بمعنى آخر " الاتصال الجماهيري " ؛ وهو الاتصال غير المواجهي الذي يباشره القائم بالاتصال مع أعداد كبيرة من الجماهير عبر وسائل الاتصال الإعلامية ( الصحافة - الإذاعة - التلفزيون - السينما ..... ) .

## أهمية الاتصال

يقول الله - سبحانه وتعالى - في كتابه الكريم :  
(١) يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ﴿١٣﴾  
فالتعارف بين البشر هو الفطرة الطبيعية التي خلق الله الإنسان

(١) " القرآن الكريم " سورة الحجرات ، الآية (١٣) ، .

عليها: ومنذ فجر الحياة على ظهر المعمورة والإنسان يسعى جاهداً لتحقيق هذا " التعارف "؛ فالإنسان اجتماعي بطبعه يميل إلى الاتصال بغيره من البشر ، فالشخص الذى كان يسكن سفوح الجبال والهضاب كان يسعى إلى تسلقها ليكتشف من يسكنها ، ويتصل ويتعارف ويتحاور أحيانا ، ويتصارع أحيانا أخرى، كذلك سكان القرى والمدن على شواطئ الأنهار والبحار والمحيطات ، كان السؤال الحيوى والمُلمح والدائم لديهم : من الذى يسكن على الضفة المواجهة من النهر ؟ أو على الناحية الأخرى من البحر ؟ أو خلف هذا المحيط الهائل ؟

وكانت حاجة الإنسان إلى الاتصال ودوافعه النفسية والاجتماعية هى الملهم الأساسى فى اختراع الإنسان وسائل الاتصال لتسهيل عليه عمليات الاتصال ؛ فبدأ - فى أول الأمر - يستخدم الأدوات الطبيعية المتاحة لديه فى إتمام عمليات الاتصال مع الآخرين مثل: النار والدخان والطبول والإشارات والرايات ، وهذه الوسائل تعد - حالياً - من الوسائل التقليدية والبدائية ، إلا أنها - فى وقتها - كانت وسائل حديثة ومتقدمة . وكانت المجتمعات الأخرى التى لم تكن تستخدم هذه الوسائل تنظر إلى المجتمعات التى تستخدمها نظرة إعجاب باعتبار أنها مجتمعات راقية ومتطورة ! ...

وبناء عليه ، اخترع الإنسان القوارب ثم المراكب ؛ فالسفن ليتغلب على العائق المائى ( النهر - البحيرة - البحر - المحيط ) ويعبره إلى ما وراءه ، ليتعارف ويتصل مع الآخرين . ثم بدأت اختراعات وسائل

الاتصال الأخرى تتوالى: التلفزيون - التلفاز - الإذاعة - السينما -  
التليفزيون ، وأخيرا الإنترنت .

وكانت وسائل الاتصال التقليدية تحتل أهمية خاصة لدى  
المجتمعات التقليدية لسببين اثنين :

الأول : أنها كانت تقرب المسافات بين الناس :

فالدخان والنار والطبول والرايات " كلغة تخاطب واتصال "

كانت تغنى الإنسان عن التنقل من مكان إلى مكان .

الثانى : أنها كانت بمثابة المترجم بين البشر :

فتعدد اللهجات واللغات بين العشائر والقبائل كان يشكل "

عقبة لغوية " كبيرة . ولم تكن " الترجمة " - كعلم وممارسة - معروفة بعد

، فكانت وسائل الاتصال - بما تتضمنه من رموز اتصالية تعارف الإنسان

عليها بمرور الوقت - هى البديل الطبيعى للترجمة ، فكانت دقات

الطبول المتعارف عليها وموجات الدخان المتصاعدة بطريقة معينة

وحركات الرايات وألوانها تشكل لغة عالمية للحوار والاتصال بين الناس

على اختلاف لغاتهم ولهجاتهم وتعدد مشاربهم وبيئاتهم وتباين أفكارهم  
ومعتقداتهم .

والاتصال الإنسانى بين البشر - منذ بدء الخليقة - كان له وجهان

متناقضان ومتعارضان فى آن واحد :

الوجه الأول : إيجابى ومشرق :

وهو التعارف والتفاهم والتعاون بين الناس .

## الوجه الثاني : سلبي ومعتم :

ويمثله التنافس والصراع والحروب والقتال بين الناس بدافع السيطرة والاحتواء وبسط النفوذ ، ثم تطور هذا الصراع البشري إلى شكل حديث وهو " الاستعمار العسكري " الذي ظهر في نهاية القرن العشرين . والذي تحول إلى " الاستعمار الاقتصادي والثقافي " في العصر الحديث .

ولم يصل الإنسان أبدا إلى مرحلة " الاكتفاء الاتصالي " ، فبعد أن اخترع العديد من وسائل الاتصال الحديثة التي جعلت العالم بمثابة " قرية صغيرة " حفظها عن ظهر قلب حتى إنه لم تعد هناك بقعة صغيرة على وجه الأرض إلا وضمها الإنسان إلى حظيرة " الاتصال الإنساني " ، بدأ - بعد هذا كله - يتجه ببصره نحو الكون الفسيح بغية الاتصال مع كائنات أخرى تسكن كوكبا مماثلا للأرض . وتحقيقا لهذا السراب العلمي أنفقت الدول المتقدمة ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية - وما زالت تنفق - المليارات من الدولارات لاستكشاف الفضاء الخارجي ومحاولة العثور على كائنات عاقلة تقطن أحد ملايين الكواكب بأحد آلاف المجرات الكونية ...

## أهمية الاتصال لحياة الجماعة :<sup>(٣)</sup>

وضع ( جون ديوي ) ثلاثة أسباب أساسية لأهمية الاتصال لحياة الجماعة هي :

(٣) محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والإعلام في الإسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) : مكتبة مصباح ، ١٩٨٩ .

(١) أن وجود المجتمع - ومن ثم استمراره - متوقف على نقل عادات العمل والتفكير والشعور من الكبار إلى الناشئين ، ولا يمكن للحياة الاجتماعية أن تدوم بغير هذا النقل الشامل للمثل العليا والأمانى والقيم والآراء من الأفراد الراحلين عن حياة الجماعة إلى أولئك الوافدين عليها .

(٢) أن الناس يعيشون جماعة بفضل ما يشتركون فيه من أهداف وعقائد وأمان ومعلومات ، والاتصال هو وسيلة اكتسابهم إياها .

(٣) أن الاتصال يؤدي إلى زيادة خبرات الأفراد فتتسع خبرة كل فرد عن طريق الخبرة التي يود كل طرف منهم أن يشرك زميله فيها .

وخلاصة القول في هذا التمهيد أن قصة تطور ظاهرة الاتصال الإنساني من المكونات الأساسية لقصة تطور الحضارة الإنسانية ؛ فقد كان الاتصال - في فجر الحياة - بسيطاً وسهلاً كبساطة الحياة وسهولتها، إذ كان الإنسان يمارس الاتصال في حدود بشرية ضيقة ، وفي مساحات جغرافية قليلة ، وفي موضوعات بسيطة ، وفي سبيل تحقيق غايات متواضعة ، ثم تطور الاتصال مع تطور الحضارة الإنسانية بتطور رموز التفاهم وأدوات التخاطب ووسائله ، إلى أن استخدم الإنسان " اللغة المكتوبة " منذ حوالي من ستة إلى سبعة آلاف سنة في العصر الفرعوني . وقد كان الفضل في ذلك لسيدنا " إدريس " - عليه السلام - إذ كان أول إنسان على وجه الأرض يمسك بالقلم ويستخدم اللغة المكتوبة ، وكان عالماً مُليماً بأسرار الكون والعالم .<sup>(٣)</sup>

<sup>١٢١</sup> سميح عاطف الزين ، قصص الأنبياء في القرآن الكريم ، لبنان ( بيروت ) : دار الكتاب اللبناني ، ١٩٨٨ .

## المعنى اللغوى للاتصال :

يختلف المعنى اللغوى للاتصال فى اللغة العربية عن معناه فى غيرها من اللغات ، وذلك على النحو التالى :

(أ) المعنى اللغوى للاتصال فى اللغة العربية :

كلمة وصل - فى المعجم الوجيز - تعنى ما يلى :

❖ ( وصل ) الشيء : يصله وصلا ، ووصله أى ضمه إليه وجمعه .

❖ (أوصله) أى أنهاه وأبلغه إياه .

❖ (واصله) أى اتصل به ولم يهجره .

❖ (اتصل) الشيء بالشيء أى التأم وصار موصولا به .

❖ (توصل) إليه أى انتهى إليه وبلغه .

❖ (الاتصال ) وسائل الاتصال الجماهيرى وهى الطرق التى يمكن

بها إيصال فكرة أو رأى إلى عدد كبير من الناس المنتشرين فى أماكن

بعيدة متفرقة مثل الصحافة والإذاعة .

ب- المعنى اللغوى للاتصال فى غير العربية :

كلمة اتصال تعنى باللغة الإنجليزية ( Communication ) وهى مشتقة من

أصلها اللاتينى ( Communis ) ومعناها شائع أو عام أو مألوف أى النشاط

الإنسانى الذى يهدف إلى تحقيق العمومية والمألوفية لموضوع أو قضية

أو مسألة ما .

## المعنى الاصطلاحي للاتصال :

اختلف علماء الإعلام حول مفهوم الاتصال اختلافاً كبيراً ، ونورد فيما يلى أهم تعريفات الاتصال :

د. سمير حسين :

" الاتصال هو النشاط الذى يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشيع أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية ، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات ؛ باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين " .<sup>(٤)</sup>

شانون ، وويفر :

" الاتصال هو كافة الأساليب والطرق التى يؤثّر بموجبها عقل فى عقل آخر باستعمال رموز " .<sup>(٥)</sup>

كارل هو فلاند :

" هو عملية يقوم بمقتضاها المرسل بإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغييره " .<sup>(٦)</sup>

ولبور شرام :

" الاتصال هو المشاركة فى المعرفة عن طريق استخدام رموز تحمل معلومات " .<sup>(٧)</sup>

<sup>(٤)</sup> سمير محمد حسين ، الإعلام والاتصال بالجمهير والرأى العام ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٤ .  
<sup>(٥)</sup> عاطف على العبد ، الاتصال والرأى العام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٣ .

#### د. عاطف العبد :

"الاتصال هو نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية " .<sup>(٨)</sup>

#### كلود شانون : " Claude shanon "

يعرف كلود شانون الاتصال ويحدد عناصره من خلال تشبيهه بالاتصال الهاتفي . حيث تكون عناصر الإتصال مؤلفه من<sup>(٩)</sup>:

أ- المرسل Emetteur

ب- الرسالة Message

ج- المستقبل Recepteur

د- القنن ( الكود ) Code

هـ- القناة Canal

وتماما كما يجرى في المكالمة الهاتفية يجرى في عملية الإتصال .  
إذ يكون كل واحد من طرفي الإتصال مرسلًا ومستقبلًا في الوقت ذاته .  
مما يستتبع ضرورة اعتماد كلا الطرفين لذات القنن ولذات القناة . وعملية  
الإتصال تقتضى وجود سيروره تأثر وتأثير متبادلة ( بين أطراف الإتصال )  
وإلا انعدمت مبررات هذا الإتصال .

<sup>(٨)</sup> عاطف عدلى العبد ، المرجع السابق .

<sup>(٩)</sup> عبد الفتاح محمد دويدار ، سيكولوجية الاتصال والإعلام ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٦ .



## ديناميكية عملية الاتصال

الاتصال حركة ديناميكية تتكون من خمسة عناصر أساسية يمكن

التعبير عنها بخمسة أسئلة تقليدية هي :

- من يقول ؟ (المصدر) .
- لمن يقول ؟ (المرسل إليه - المستقبل) .
- ماذا يقول ؟ (الرسالة الاتصالية) .
- بأي وسيلة ؟ (وسيلة الاتصال) .
- ولأى هدف ؟ (التأثير الاتصالي) .

والشكل التالي يوضح " العملية الاتصالية " بين شخصين :

[الشكل رقم (١) : العملية الاتصالية]



وهذا الشكل الاتصالي هو أبسط أشكال الاتصال في المجتمع ؛  
إذ أن الاتصال الإنساني لا يتم دائماً بين مرسل واحد ومستقبل واحد ،  
وفي وقت واحد ، وبصدد مناسبة واحدة ، كما أنه لا يتم على هذه  
الصورة البسيطة ؛ فالاتصال الإنساني أكثر تعقيداً وتشابكاً؛ فهو يتم -غالباً-

بين عدة أطراف ( مرسلين - مستقبلين - وسطاء ) ، وفي أوقات متعددة ومعاصرة ، وفي مناسبات مختلفة .  
وتأسيساً على ذلك ، فإنه لا يمكن تعميم شكل واحد لكل أنواع الاتصال.....

#### **فمن حيث الكم :**

تختلف أشكال ونماذج الاتصال الفردى عن الاتصال الجمعى من ناحية وعن الاتصال الجماهيرى من ناحية أخرى .

#### **ومن حيث الكيف :**

تختلف أشكال الاتصال ونماذجه حسب موضوعاته ومجالاته :  
الاتصال الثقافى - الاتصال التعليمى - الاتصال السياسى - الاتصال الانتخابى - الاتصال الدينى .... إلخ .

ويجب التفرقة بين الاتصال بالمعنى الشكلى من ناحية والاتصال بالمعنى الموضوعى من ناحية أخرى ؛ فهذه التفرقة على قدر كبير من الأهمية العلمية والعملية معاً...

#### **الاتصال بالمعنى الشكلى :**

الاتصال بالمعنى الشكلى هو :

توجيه الرسالة الاتصالية من القائم بالاتصال إلى المستقبل أو المستقبلين فى وسط اتصالى معين ، بغض النظر عن رد الفعل الاتصالى من جانب المتلقين .

فهو - فى عبارة موجزة - : اتصال دون نتيجة أو دون أثر إيجابى،  
فهو مجرد الاتصال.

ومن ثم ، يمكن القول : إن أركان عملية الاتصال الشكلى هى :

- ١- القائم بالاتصال .
- ٢- وجود وسط اتصالى .
- ٣- الرسالة الاتصالية .
- ٤- وجود أو حضور المتلقين .

#### ١- القائم بالاتصال :

هو مُعد أو صاحب أو ناقل الرسالة الاتصالية ، والرسالة الاتصالية قد يعبر عنها مصدر الاتصال بنفسه ( اتصال شخصى مباشر ) ، أو قد يكون عبر الناقل أو الوسيط الذى يمثله ( اتصال عام غير مباشر ) ؛ فالمحاضر - مثلا - أو شيخ الجامع هو مصدر الرسالة الاتصالية وهو المعبر عنها فى ذات الوقت دون وسيط ، أما المذيع " بالإذاعة أو التليفزيون " فهو - فى غالب الأحيان - لا يعبر عن نفسه ، وإنما يعبر عن وجهة نظر مالك الوسيلة الإعلامية أو مُعد البرنامج أو المخرج ، وبالتالي فهو مجرد ناقل أو وسيط بين المرسل من جانب والمتلقين من جانب آخر .

#### ٢- الوسيط الاتصالى :

هو المحيط الذى يجمع بين القائم بالاتصال من جانب والمتلقين للاتصال من جانب آخر .  
وقد يكون هذا الوسيط الاتصالى :

• مباشرًا :

ومثاله التعليم عبر " الإنترنت " أو البرامج التليفزيونية الحية التي يتاح فيها تلقى ردود فعل المتلقين عبر وسائل الاتصال المتاحة ( التليفون - الإنترنت - البريد الإلكتروني ) .

• غير مباشر :

وهو الاتصال الذى تنعدم فيه ردود أفعال المتلقين ، ومثاله التعليم عبر البرامج التليفزيونية المسجلة ، أو عبر الأشرطة المسجلة ، أو عبر وسائل الاتصال الجماهيرية ( الصحف - المجالات - الإذاعة - السينما - التليفزيون ) .

٣- الرسالة الاتصالية :

وهى محتوى أو مضمون الاتصال .

ويمكن النظر إلى محتوى ( مضمون الاتصال ) من منظورين :

• المنظور المادى :

الكلمات والجمل ، وأشكالها ، وأنواعها ، والألفاظ المستخدمة .

• المنظور المعنوى :

المفاهيم والمعانى التى تعبر عنها الكلمات والجمل والألفاظ ، ومدى استيعاب المتلقى للمدلول اللفظى والمعنى الحقيقى للكلمات والألفاظ التى يقصدها المرسل ؛ إذ قد يفهم المتلقى معاني الكلمات على نحو مغاير لما يقصده المرسل ، وقد يستقبلها

متلقي " ثانٍ " بمعنى ثالث ومتلقي " ثالث " بمعنى رابع .....  
وهكذا.

وهذا هو ما يعرف بمشكلة " الإطار الدلالي " .....

#### ٤- وجود / حضور المتلقين :

تتكمّل حلقة الاتصال الشخصي بوجود / حضور المتلقي أو المتلقين؛ فبمجرد حضور ووجود المتلقي أو المتلقين في مواجهة المرسل يتوفر العنصر المتمم لعملية الاتصال الشكلي ، بغض النظر عن رد فعل المتلقين للرسالة الاتصالية .

#### الاتصال بالمعنى الموضوعي :

هو الاتصال الإيجابي الذي يؤتي ثماره المرجوة . وبالتالي ، فإن الاتصال الموضوعي يتكون من خمسة عناصر أساسية هي :

١- القائم بالاتصال .

٢- وجود وسط اتصالي .

٣- الرسالة الاتصالية .

٤- وجود / حضور المتلقين .

٥- الأثر الإيجابي للاتصال .

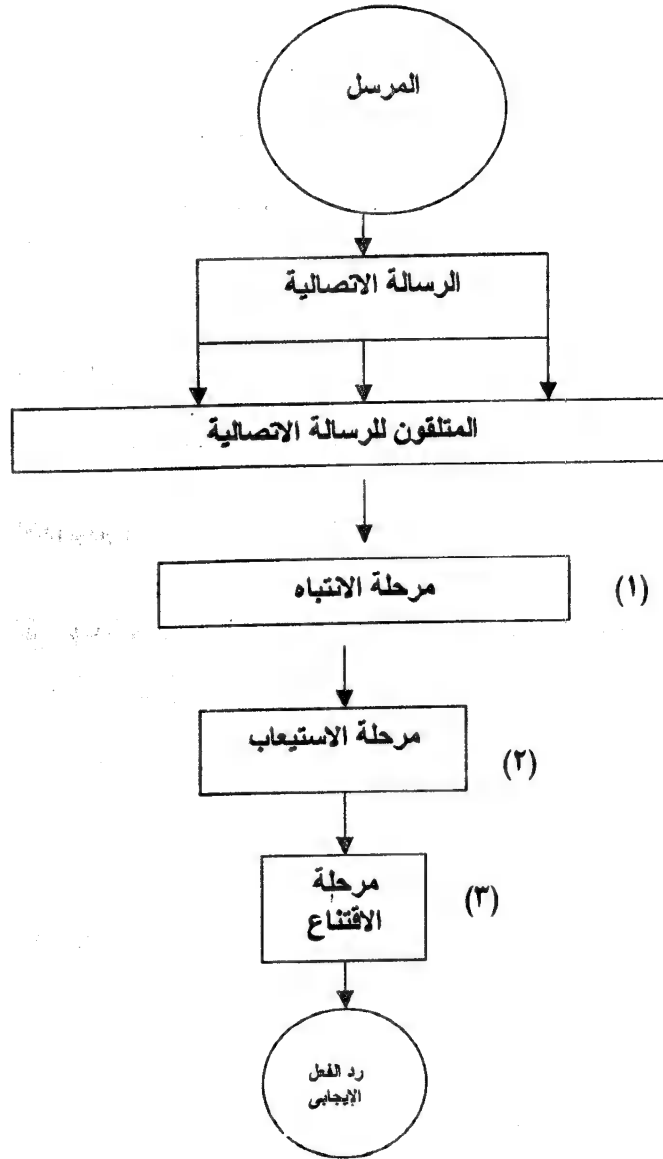
فالأثر الإيجابي للاتصال هو الفارق الوحيد بين الاتصال بالمعنى الشكلي والاتصال بالمعنى الموضوعي .....

• الأثر الإيجابي للاتصال :

هو تحقق كل أو بعض أهداف الاتصال كما يريد المرسل الرسالة الاتصالية ؛ فهو ليس مجرد رد الفعل الاتصالي في حد ذاته ، ولكنه - في حقيقة الأمر - رد الفعل الإيجابي الناجم عن تأثير المتلقي واقتناعه بالرسالة الاتصالية على النحو الذي يهدف إليه المرسل .

أنواع رد الفعل الإيجابي في العملية الاتصالية : [التدرج الإقناعي الاتصالي]  
تتدرج مدى تأثير رد الفعل الإيجابي الناتج عن العملية الاتصالية طبقاً للتدرج المعرفي التالي :

- مرحلة الانتباه إلى المرسل ، والالتفات إلى رسالته الاتصالية .
  - مرحلة فهم الرسالة الاتصالية وإدراك معانيها ومقاصدها ( على النحو الذي يريده المرسل ) .
  - مرحلة الاقتناع بمضمون الرسالة الاتصالية . وقد يكون هذا الاقتناع أولياً ، أو عن طريق تغيير الاتجاهات الفكرية ، أو تعديلها ، أو إبدالها .
  - مرحلة التأثير الإيجابي أو رد الفعل " المادي " الناجم عن الاقتناع الفكري بمحتوى الرسالة وأهميتها وأهدافها .
- ( انظر الشكل رقم ( ٢ ) : مراحل الاتصال الإيجابي الأربعة أو التدرج الإقناعي الاتصالي ) .



الشكل رقم (٢)

التدرج الإقناعي الاتصالي ( الهرم الإقناعي )

وبلاحظ من هذا الشكل التوضيحي " للاتصال الإيجابي " الملاحظات التالية :

• التدرج الهرمي :

إن الهدف النهائي للمرسل لا يتحقق دفعة واحدة ، وإنما - كي يؤتى ثماره - لابد أن يمر بعدة مراحل متعاقبة حتى يصل إلى غايته الإقناعية ، وهي مراحل :

[ الانتباه - الفهم - الإدراك - الاقتناع ]

• التناقض التدريجي :

لا يتحقق الهدف النهائي للمرسل بالنسبة إلى ( كل ) المتلقين أو حتى ( أغلبهم ) ؛ لأن أعداد المتلقين تتناقص - تدريجيا - خلال مراحل التأثير الاتصالي الأربعة حتى تصل إلى عدد غير كبير من المتلقين .

وتتوقف شدة الاتصال - بمعنى التأثير الإيجابي لأعداد المتلقين الذين يصدر عنهم رد الفعل الإيجابي - على عدة عوامل من أهمها :

- ١- المدخل الاتصالي .
- ٢- شخصية المرسل وصفاته .
- ٣- المرجعية المعرفية للمتلقين نحو موضوع الرسالة .
- ٤- صدق الرسالة الاتصالية .
- ٥- حياد الرسالة الاتصالية .
- ٦- موضوعية الرسالة الاتصالية .

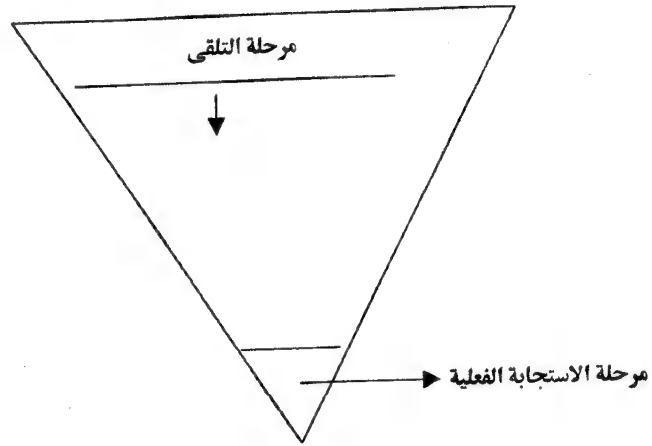


- ٧- قوة وسيلة الاتصال .
- ٨- كفاءة أسلوب الاتصال .
- ٩- شدة الاستمالات وتأثيرها على المتلقى ( الاستمالات العقلية أو العاطفية أو النفسية ) .
- (١٠) الاحتياج المعرفى أو المادى لمحتوى الرسالة .

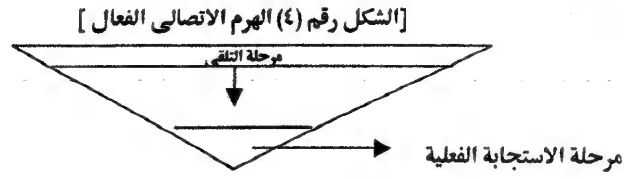
• الإقناع :

يمكن أن يتسع الفارق بين المرحلتين الأولى والأخيرة اتساعا كبيرا، إذ يمكن أن يكون عدد المتلقون مليون شخص في حين يحقق الاتصال هدفه من خلال مائة شخص فقط ، وهم الذين يصدر عنهم رد الفعل الايجابى الذي يسعى إليه القائم بالاتصال ، وبالتالي يكون الهرم الاتصالى هنا طويلا لبعد المسافة بين المرحلة الأولى ( مرحلة التلقى ) والمرحلة الأخيرة ( مرحلة الاستجابة الفعلية ) ، كما هو واضح من الرسم التالى :

[الشكل رقم (٣) الهرم الاتصالى " الضعيف " ]



وفى حال الهرم الاتصالى " القوى " حيث تقل المسافة بين  
المرحلة الأولى ( مرحلة التلقى ) والمرحلة الأخيرة ( مرحلة الاستجابة  
الفعلية ) ، فإذا ما تصورنا - مثلاً - أن عدد المتلقين يبلغ عشرة آلاف فرد  
وأن عدد من صدرت عنهم الاستجابة الفعلية ألف شخص فإن الاتصال  
هنا يوصف بأنه اتصال فعال أو اتصال قوى ، كما هو واضح من الشكل  
التالى :



## مهارات الاتصال

يتوقف الاتصال الفعال أو الاتصال الايجابي القوي على مجموعة من المهارات يجب أن تتوفر بقدر كبير لدى القائم بالاتصال ، ولذلك يطلق عليها مسمى " مهارات الاتصال " وهذه المهارات هي :

- مهارة التخاطب ( الحديث - الاستماع )
- مهارة المعرفة ( القراءة - الكتابة )
- مهارة الإقناع
- مهارة التأثير
- مهارات المراسم الاجتماعية

وسوف نتناول بالتفصيل هذه المهارات الاتصالية لاحقا .....

**الفرق بين وسيلة الاتصال وأسلوب الاتصال وتكنيك الاتصال :**

### • وسيلة الاتصال :

هي القناة التي يمرر من خلالها المرسل رسالته الاتصالية إلى المتلقى أو المتلقين ( قناة مقروءة أو مسموعة أو مرئية ) .

### • أسلوب الاتصال :

- هو كيفية استخدام المرسل لقناة الاتصال .
- ويمكن تحديد عناصر أسلوب الاتصال فيما يلي :
- مهارات الاتصال وفنونه .

- أشكال أسلوب الاتصال .
- المفردات الإقناعية في الاتصال .
- قوة الأسلوب الاتصالي ( القوة الذاتية - القوة الابتكارية أو المستحدثة) .

#### **أمثلة تطبيقية :**

- ❖ التلفزيون وسيلة اتصالية تستخدم أساليب اتصال متنوعة من بينها :  
الأخبار - الدراما - المنوعات - الإعلان .
- ❖ الإذاعة وسيلة اتصالية تستخدم أيضا أساليب اتصال متعددة من بينها :  
البرامج - المنوعات - الأحاديث .
- ❖ الصحافة وسيلة اتصالية تستخدم أساليب اتصالية متباينة من أهمها :  
المقال - التحقيق - الكاريكاتير .

#### **• تكتيك الاتصال :**

هو فن صياغة الأسلوب الاتصالي أو هو مهارات تنفيذ وإخراج الرسالة الاتصالية على نحو يحقق أهداف العملية الاتصالية .

#### **خطوات الاتصال :**

العملية الاتصالية بين القائم بالاتصال من ناحية والمتلقين للرسالة الاتصالية من ناحية أخرى تمر بثلاث خطوات رئيسة هي :

### الخطوة الأولى :

هى أن يستخدم القائم بالاتصال الوسيلة الاتصالية المناسبة كى تحمل رسالته الاتصالية إلى متلقى الاتصال " التليفزيون - الإذاعة - الصحافة " .

### الخطوة الثانية :

هى اختيار الأسلوب الاتصالى الملائم كى يعبر - بوضوح - عن مفهوم الرسالة الاتصالية كما يريد لها القائم بالاتصال والتي تناسب مع البيئة الثقافية للقائمين بالاتصال " المقال - الحديث - التحقيق ... إلخ " .

### الخطوة الثالثة :

وتتمثل فى طريقة صياغة الأسلوب الاتصالى أى : التكنيكات الاتصالية " .

### مثال (أ) :

إذا ما اعتبرنا أن الصحيفة هى وسيلة الاتصال ، وأن المقال هو الأسلوب الاتصالى المختار ، فإن كيفية تحرير المقال هو " التكنيك الاتصالى " وتتمثل عناصره فى :  
[ معانى الكلمات - البلاغة - القوة الإقناعية - تراكيب الجمل - قوة المقال ... إلخ ] .

مثال (ب)

فى حال أن التليفزيون هو وسيلة الاتصال وأن التحقيق  
التليفزيونى هو أسلوب الاتصال فإن المهارة فى إعداد وإخراج وتنفيذ  
التحقيق التليفزيونى هو " تكنيك الاتصال " وعناصره المهمة هى :  
[ فن الحوار - الإخراج - المهارة فى صياغة الأسئلة - المهارة فى إدارة  
الحوار... إلخ ] .

## نشأة علم الاتصال

يعد علم الاتصال الاجتماعي من أقدم العلوم الإنسانية ؛ إذ يرجع تاريخه إلى أبعد من ٢٥٠٠ سنة . ويُعد ( كوراكس Corax ) اليوناني أول من وضع نظرية علمية في علم الاتصال ، ثم قام تلميذه ( تسياس Tisias ) بتطوير هذه النظرية . وكان محور هذه النظرية هو " أسلوب المرافعة أمام المحاكم " الذي يعتمد على التأثير والإقناع باعتبار أن أسلوب الإقناع يعد من أهم الفنون التي تعتمد على الموهبة والخبرة .

ثم تابع تطوير نظرية الاتصال بعد ذلك كل من " أفلاطون " وتلميذه " أرسطو " ( ٣٨٥ - ٣٢٢ ق . م ) ؛ إذ يعتبران من مؤسسي الدراسات الأولية لعلم الاتصال .<sup>(١٠)</sup>

ولم يتطور " علم الاتصال " - كعلم نظري - في العصور الوسطى في أوروبا ، ولكن بدأت الاختراعات الأولى لوسائل الاتصال عندما خرجت للوجود أول مطبعة في العالم ( في ألمانيا ) وعندما ظهر أول كتاب مطبوع في العالم عام ١٤٥٥ م في ألمانيا أيضا . ثم ظهر اختراع الراديو عام ١٨٨٦ م في الولايات المتحدة الأمريكية . وبعد ظهور الصحافة والراديو بدأ علم الاتصال يتطور ويتضمن أفكارا جديدة مثل " الاتصال غير المباشر - الاتصال الجماهيري - الاتصال خارج الحدود " ، ثم ولدت السينما عام ١٨٩٥ م في فرنسا ، ومن بعدها بدأت المقدمات

(١٠) محمود عبد الرؤوف كامل ، ونجيب الحصادي ، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ ، نقلا عن برنت روين ، الاتصال والسلوك الإنساني .

الأولى لاختراع التليفزيون عام ١٩٢٣ م فى ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا فى وقت متزامن إلى أن طُرح التليفزيون للجمهور كأداة اتصال إعلامية عام ١٩٤١ م فى الولايات المتحدة الأمريكية، ثم فى أوروبا فى فترة الخمسينات . وفى إثر ذلك ظهرت أفكار أخرى فى علم الإعلام مثل " الاتصال عبر القارات - نظريات الاتصال الإعلامى - حارس البوابة - التدفق الإعلامى - التشويش الإعلامى " .

وفى ١٩٦٩ م ظهرت وسيلة " الإنترنت " ، وفى ظل ذلك تطور علم الاتصال مرة أخرى وتضمن أفكارا جديدة مثل : " الاتصال الإلكتروني " .

ومن العلماء العرب الذين أسهموا فى تطوير علم الاتصال العالم العربى " ابن خلدون " .

#### **نظرية الاتصال عند ابن خلدون :<sup>(١١)</sup>**

تتكون النظرية الاتصالية عند ابن خلدون من ثلاثة عناصر هى :

##### **أ- المرسل :**

الذى يجب - من وجهة نظره - أن يتصف بالصدق والأمانة وعدم التحيز .

<sup>(١١)</sup> زيدان عبد الباقى ، وسائل وأساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٧٩ .



## ب - المستقبل :

يجب أن يتوفر فى المستقبل الذكاء الاجتماعى والثقافة اللازمة  
والتي تعينه على فهم مدلول رسالة المرسل .

## ج - الرسالة الاتصالية :

يجب أن يتوافر فى الرسالة الاتصالية :

[ الحقيقة - الدقة - الوضوح ]

### شروط الاتصال

لابد وأن تتوفر فى العملية الاتصالية أربعة شروط أساسية لا يتحقق

الاتصال إلا بتوافرها جميعا وهى :

(١) طرفا الاتصال .

(٢) الإطار الدلالى .

(٣) نتيجة الاتصال .

(٤) التعبير الاتصالى .

[ أنظر الشكل رقم (٥) ]

وفيما يلى عرض لشروط العملية الاتصالية :

### أولا : أطراف العملية الاتصالية :

لابد وأن تتكون العملية الاتصالية من شخصين على الأقل ،

فالالاتصال يقوم - دائما - على العلاقة بين ( فردين أو أكثر ) .

وبناءً على ذلك فإن التصنيف الاتصالى القائم على مقولة "

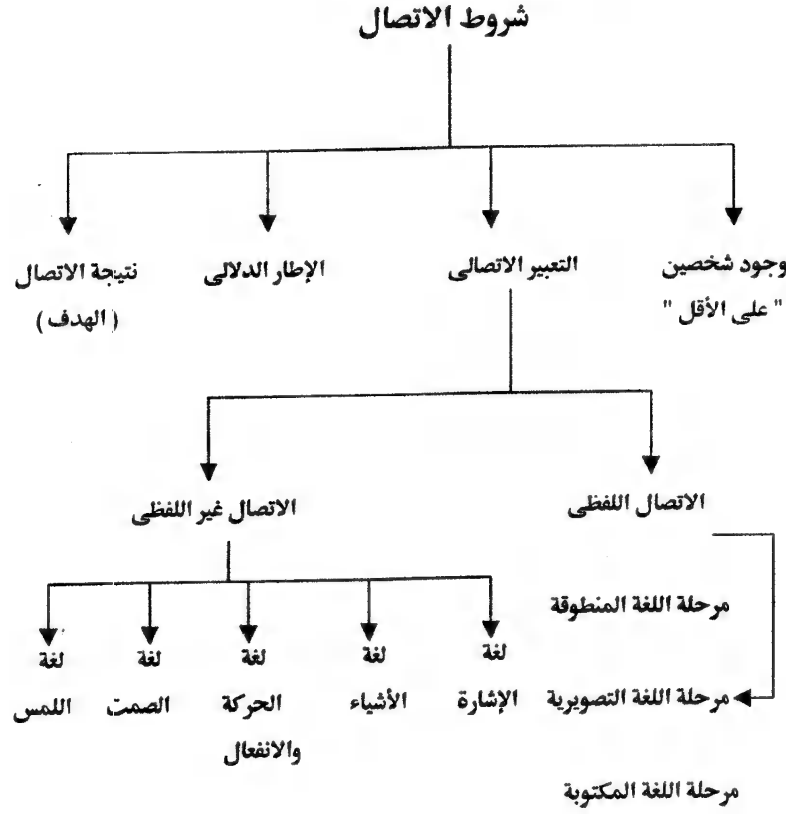
الاتصال الذاتى " غير مقبول منطقيا فالإنسان لا يتصل مع ذاته بل يتصل

مع شخص آخر ، ولعل المقصود بعبارة " الاتصال الذاتى " هو اصطلاح "

التفاعل الذاتى " فالنفس البشرية تتفاعل مع ذاتها وفقا لنظريات علم

النفس ولكنها لا تتصل مع ذاتها وفقا لنظريات الإعلام ، فهناك فارق كبير

بين " التفاعل الذاتى " كمفهوم من مفاهيم علم النفس ، و " الاتصال البشرى " كمفهوم من مفاهيم علم الاتصال . الأول ذاتى داخلى والثانى شخصى خارجى ، وبناءً على ذلك لابد وأن تتضمن العملية الاتصالية شخصين على الأقل .



[ الشكل رقم (٥) شروط الاتصال ]

## عدم دقة مفهوم "الاتصال الذاتى" :

تبين مما تقدم أن الاتصال الإنسانى يلزم لتحقيقه وجود شخصين - على الأقل - وبالتالي لا يمكن الحديث عما يسميه البعض "الاتصال الذاتى"، إذ يرى الكثيرون من علماء الإعلام أن "الاتصال الذاتى" نوع من أنواع الاتصال وهو ترجمة لعبارة [ INTER PERSONAL ]. وفى رأينا أن ما يطلق عليه - تجاوزا - "الاتصال الذاتى" يقصد به "التفاعل الذاتى" [ Self Reaction ]؛ فهو عملية ذاتية تتم داخل الإنسان و تدخل فى نطاق علم النفس ونظرياته والتي تتحدث عن (الدوافع - البواعث - درجات النفس البشرية ومستوياتها، وتصنيفاتها - الرغبات المكبوتة - الصراع النفسى الداخلى ٠٠٠ إلخ، النظريات التى تغوص فى النفس البشرية). و"الاتصال الذاتى" - بهذا الشكل - بعيد كل البعد عن "علم الاتصال" ولا يمت إليه بأية صلة، ولكن عندما ينتج عن هذا "التفاعل الذاتى الداخلى" تعبيرات خارجية (لفظية أو غير لفظية) فإن "الاتصال الذاتى" يخرج من دائرة علم النفس ويصبح من اختصاص "علم الاتصال".

لذا لا يمكن القول على الإطلاق - من وجهة نظر علم الإعلام على الأقل - إن الإنسان يحدث نفسه! أو أن الإنسان يجرى اتصالا مع نفسه!، أو أن يكون الإنسان هو القائم بالاتصال والمتلقى للاتصال فى آن واحد؛ فعلم الإعلام لا يقبل فكرة أن يكون الفرد الواحد مرسلا ومستقبلا فى نفس الوقت!! إذ أن "التفاعل الذاتى" داخل الإنسان يخرج تماما عن مدلول نظريات الإعلام التى تتضمن - فضلا عن المرسل

والمستقبل - وسيلة الاتصال وأسلوب الاتصال ، إذن لا يمكن الحديث عن وسيلة الاتصال أو أسلوب الاتصال في حالات " التفاعل الذاتى " أو ما يطلق عليه البعض - تجاوزا - " الاتصال الذاتى " . . . .

#### ثانيا : الإطار الدلالى :

يجب أن يتفق كلٌ من المرسل والمستقبل على معانى الكلمات والألفاظ والعبارات وأن تكون دلالة الألفاظ والكلمات ومعانى العبارات واحدة لدى كل من المرسل والمستقبل ، وإذا كان هناك مجموعة من المتلقين ( المستقبلين ) للرسالة الاتصالية فإنه يجب أن يدركوها ويفهموها جميعا بمعنى واحد ، فإذا كانت دلالة الكلمات والعبارات مختلفة عند المتلقين وفهم بعضهم معناها على وجه ، وأدرك البعض الثانى معنى مختلفا وفسرها البعض الثالث على نحو مغاير ، فإن الاتصال يكون قد فقد شرطاً من شروطه الجوهرية ؛ وهو ضرورة توفر الإطار الدلالى للرسالة الاتصالية بين المرسل والمستقبل .

#### ثالثا : نتيجة الاتصال :

أى الأثر الإيجابى للاتصال ، وهو تحقيق الهدف المراد من العملية الاتصالية كما يريده القائم بالاتصال ، ويتمثل هذا الشرط ( نتيجة الاتصال ) فيما يطلق عليه " رد الفعل الاتصالى " أو " رجع الصدى " أو " التغذية المرتدة " أو " إياب الاتصال " أو " Feed Back " .

أمثلة لنتيجة الاتصال أو الأثر الإيجابى للاتصال :

- ❖ استيعاب الطلاب للمحاضرة التي يلقيها الأستاذ .
- ❖ استجابة المستهلكين للإعلان وإقبالهم على شراء أو اقتناء المنتج المعلن عنه .
- ❖ اقتناع المتلقين بالدعاية الموجهة إليهم وتقبلهم للأفكار الجديدة التي تستهدفها الدعاية .
- ❖ تحيز الجمهور للوسيلة الإعلامية الموجهة إليه ومواظبتهم على مشاهدتها أو سماعها أو قراءتها .

#### رابعاً : التعبير الاتصالي :

عندما يتخاطب (أ) مع (ب) فإن رسالة (أ) الموجهة إلى (ب) لابد أن تأخذ شكل " التعبير الاتصالي " .

ويضيف علماء الاتصال التعبير الاتصالي إلى نوعين من التعبير :

أ- الاتصال اللفظي .

ب- الاتصال غير اللفظي .<sup>(١٢)</sup>

وفيما يلي عرض لكل شكل منهما من أشكال التعبير الاتصالي :

#### أ- الاتصال اللفظي :

وهو اللغة التي يستخدمها القائم بالاتصال في صياغة رسالته الاتصالية إلى المتلقى للاتصال .

<sup>(١٢)</sup> حسن عماد مكاوي ، وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨

### مراحل تطور اللغة :

مرت اللغة البشرية - فى عمومها - بعدة مراحل تاريخية يمكن  
إجمالها فيما يلى :

#### (١) مرحلة اللغة المنطوقة :

وهى المشافهة ؛ حيث لم تكن الكتابة قد عُرِفَت بعد ، وكان الاتصال  
البشرى بين الناس يتم عن طريق المشافهة ، وهى اللغة المنطوقة وليست  
اللغة المكتوبة .

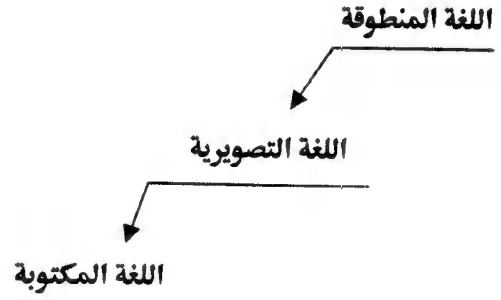
#### (٢) اللغة التصويرية :

وهى المرحلة التالية لمرحلة اللغة المنطوقة ، فهذه المرحلة ظهرت  
عندما بدأ الإنسان يدون أحداثه ويوميته وإنجازاته باستخدام الرسم عن  
طريق الحفر على جدران الكهوف والمعابد وهو ما يطلق عليه بعض  
العلماء " عصر النقوش " ، ويسميه البعض الآخر " مرحلة الحفريات على  
الجدران " ، ويرى البعض الثالث أنها مرحلة " الاتصال بالرسوم  
والأشكال " .

#### (٣) اللغة المكتوبة :

وهى المرحلة الأخيرة من مراحل التخاطب البشرى ، وقد بدأت  
باختراع الكتابة ، وكان أول من استخدم الكتابة " اللغة المدونة " هم  
الفراعنة ، وعندهم نقل العالم كله طرق الكتابة والتدوين .

[ انظر الشكل رقم (٦) ]



[ الشكل رقم (٦) ]

[ مراحل تطور اللغة البشرية ]

#### ب - الاتصال غير اللفظي

يعتقد الكثيرون أن الاتصال لا بد وأن يكون لفظيا أى عن طريق التخاطب اللفظي باستخدام العبارات والكلمات المنطوقة وأنه بدون الألفاظ والكلمات لا يمكن أن تتم العملية الاتصالية ، ولكن وفقا للأفكار المستحدثة في علم الاتصال فإنه يمكن القول أن الألفاظ والكلمات ليست هى السبيل الوحيد لإتمام العمليات الاتصالية بين الناس إذ توجد أساليب أخرى - غير لفظية - للاتصال من أهمها :

(١) لغة الإشارة .

(٢) لغة الأشياء .

(٣) لغة الحركة والأفعال .

(٤) لغة اللمس .

(٥) لغة الصمت .

ففى أحيان كثيرة يكون الصمت أبلغ من التعبير اللفظي أو الحركي ، وعلى سبيل المثال : إجماع فئة من الناخبين عن المشاركة السياسية أو

التصويت الانتخابي قد يعبر - فى كثير من الأحيان - عن موقف إيجابى رافض ، وليس عن موقف سلبى .<sup>(١٣)</sup>

#### ب- الاتصال غير اللفظى :

يعتقد الكثيرون أن الاتصال لا يمكن أن يحدث بين الناس إلا من خلال اللغة " استخدام الكلمات والعبارات " ، والصحة أنه يمكن للإنسان أن يجرى عمليات اتصالية متعددة بدون استخدام الألفاظ والكلمات ، وبناء عليه يعد الاتصال غير اللفظى من الأفكار المستحدثة فى علم الاتصال .

#### نماذج الاتصال غير اللفظى :

ترى " د. سامية جابر " أن نماذج الاتصال غير اللفظى تنحصر فى خمسة نماذج هى :<sup>(١٤)</sup>

##### ١. نظائر اللغة :

ليست الكلمة المنطوقة كلمة محايدة ، بل إنها تتأثر بنبرة الصوت أو نغمته ، وبالتوكيد ، وبالتغيير فى مقامات الأصوات ، والوقفات التى تتخلل إلقاء عبارة معينة ، ودرجة الخشونة أو اللينة ، وغيرها من العوامل غير اللفظية التى يطلق عليها " نظائر اللغة " ؛ فكلمة " نعم " - وهى كلمة بسيطة - يمكن أن تعبر - فى صورتها المنطوقة - عن العديد من المشاعر: كالغضب ، أو الخوف ، أو الإحباط ، أو التمنى ، أو الموافقة ، أو اللامبالاة ، أو أتحدى ، وذلك حسب الطريقة التى تنطق بها أو أسلوب التعبير

<sup>(١٣)</sup> لمزيد من المعلومات انظر :

محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .

<sup>(١٤)</sup> سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٦ .



الصوتي الذي تتخذه . ونحن لا نأخذ الكلام فى حياتنا اليومية بألفاظه فقط ، وإنما بخصائصه الأخرى غير اللغوية التى تسمى " نظائر اللغة "؛ حتى نستطيع أن ندرك معاني الآخرين فقط ، بل نهتم أكثر " بكيفية " نطقه للكلمات والعبارات .

### ٣. الإشارات :

ربما تعتبر " الإشارات " أول وسيلة من الوسائل التى طورها الإنسان فى اتصاله بالآخرين . وتنطوى كل ثقافة من الثقافات المختلفة على نسق من الإشارات ذات المعنى والدلالة ، والتى إما أن تصاحب لغة الكلام أو تؤدى بمفردها ؛ من أجل أن تغطى معنى معيناً أو ترسل رسالة خاصة . وأما المعنى الذى يكمن وراء الإشارات فهو مسألة ثقافية خالصة ، وبالتالي يعتبر نسبياً إلى درجة كبيرة ، ومثال ذلك أن إيماءة الرأس تشير فى بعض الثقافات إلى معنى الموافقة والتأييد ، بينما تعنى الرفض فى ثقافات أخرى ، وعادة ما يلجأ الأشخاص إلى عدد كبير من إشارات اليد أثناء حديثهم . ومن أكثر الثقافات اعتماداً على التعبير اليدوى أثناء الكلام : الثقافة الفرنسية ، والأسبانية ، والإيطالية ، وثقافات البحر المتوسط بوجه عام .

### ٣. تعبيرات الوجه وحركات الجسم :

نادراً ما يكون الشخص المتحدث غير معبر أو غير متحرك ، بل إن الوجه يتحرك كثيراً أثناء الكلام ، وكذلك جسم الإنسان . وهذه الحركات إنما تعبر تعبيراً بالغاً عن المشاعر ، والانفعالات ، والعواطف ، وردود الفعل ، سواء كانت حركات مقصودة أم غير مقصودة .

#### ٤. لغة الأشياء :

بعض الثقافات تعلق أهمية كبيرة على المظهر الفيزيقي للإنسان ، وعلى جاذبية هذا المظهر ، تلك الجاذبية التي قد يختلف تعريفها من عصر إلى آخر ، ومن أسلوب مستحدث إلى أسلوب آخر .

وفى هذا الصدد يشير أحد المهتمين بشئون الاتصال غير اللفظي إلى العبارة التالية: " إنك تعبر عن هويتك الخاصة وتنقلها إلى الآخرين بواسطة ذاتك المرئية" . وتقوم الملابس بوظائف هامة من وجهة نظر الاتصال ؛ فهي تعبر عن الانفعالات والمشاعر فضلا عن أنها تؤثر فى سلوك من يرتديها وسلوك الآخرين نحوه ، ومن ثم ، فهي تعتبر ذات قيمة اتصالية كبيرة ، والمقصود بلغة الأشياء المعانى التى يخلعها الإنسان على الأشياء التى يغلف بها ذاته ؛ كالملابس ، والحلى ، وطريقة تصفيف الشعر ، أو التى يجمل بها منزله كالقطع الأثرية ، أو التصميمات الجمالية وما إلى ذلك ....

#### ٥. الاتصال عن طريق اللمس :

يعتبر اللمس أداة اتصالية قوية تعبر عن العديد من المشاعر : كالخوف ، والحب ، والقلق ، والدفع ، والبرودة . وتعلق معظم الثقافات اهتماما كبيرا على اللمس كأداة اتصالية ، فضلا عن أهميته كعامل من عوامل نمو الحياة الإنسانية فى مراحل الطفولة المبكرة .

وجدير بالذكر أن الاتصال بين الأشخاص لا يحدث فى فراغ ، ولكنه يقع فى سياق ثقافى معين ؛ أى يتحدد طبقا لمجموعة معايير

وقواعد . وقد لا يعي الإنسان نفسه ذلك السياق الثقافي الذي يمارس فيه اتصالاته مع الآخرين والذي يؤثر في سلوكه الاتصالي ، لأنه اعتبره مسألة مألوفاً ومعتادة بالنسبة له ، ولكنه قد يدرك هذا السياق عندما يحتك بثقافات أخرى تختلف عن ثقافته . ومن العوامل التي تؤثر في الاتصال بين الأشخاص: الوقت ، والمكان ؛ حيث يمثل الوقت شكلاً من أشكال الاتصال ، ونقصد بذلك أن يعامل - في كثير من الثقافات - باعتباره شيئاً؛ فالإنسان يكسب وقته ، ويخسر وقته ، ويمنح وقته للآخرين ، ويأخذ وقته . والوقت سلعة نادرة في بعض الثقافات ، والمحافظة عليه تعتبر موضع احترام شديد في معظمها ، بل أن هناك صلة وثيقة بين الوقت ونماذج السلوك المختلفة ؛ حيث يتحاشى الناس الإتيان بنماذج سلوكية معينة في أوقات معينة بينما يمارسونها في أوقات أخرى .

كذلك يؤثر " المكان " أو " الحيز " في الاتصال بين الأشخاص بطرق مختلفة . ولقد أكدت الدراسات التي أجريت على العلاقات المكانية أن إدراك الإنسان للمكان أو الحيز يكون نتيجة لظروف وعوامل ثقافية واجتماعية أكثر منها بيولوجية . والإنسان يحب أن يمتلك المكان بل ويعتبره امتداداً له ؛ فتلك حجرة المدير ، وهذا مكتب الرئيس ، فضلاً عن أن المكان يعتبر رمزاً اجتماعياً للتفوق أو السلطة أو الهيبة .... إلخ وعندما يلعب فريق كرة القدم " على أرضه " فإنه يمارس سلوكه في مكانه الذي يملكه . وليس ثمة شك في أنه يستشعر الأمن والثقة أكثر مما يقوم باللعب على أرض فريق آخر . كما يلجأ الناس - في كثير من الأحيان - إلى " منطقة محايدة " عندما يقومون بعملية صلح بين طرفين

متخصصين أو إبرام اتفاقية أو حل مشكلة معينة ؛ وذلك لما للمكان من تأثير تجاه القائمين على حيازته أو شاغليه، فضلا عن تأثيره على الغرباء أيضا .

#### مزايا الاتصال غير اللفظي :

ترى " د. سامية جابر " مزايا الاتصال غير اللفظي محددة في ثلاث مزايا هي: <sup>(١٥)</sup>

أولاً: أنه يعبر عن معلومات " وجدانية " في مقابل تعبير الاتصال اللفظي الذى يعبر عن معلومات تتصل " بالمضمون " ، وتكون نماذج الاتصال غير اللفظي قادرة على إيصال الحب ، والبغض ، والكراهة ، والاهتمام ، والثقة ، والرغبة ، والدهشة ، والموافقة . . . وكذلك التعبير عن فئة عريضة من الوجدانيات الإنسانية التى لا يعبر عنها بطريقة لفظية .

ثانياً: أن الاتصال غير اللفظي ينطوى - أيضاً - على معلومات متصلة بمضمون الرسالة اللفظية ؛ فهو يمدنا بأدوات لتفسير الكلمات التى نسمعها. وينطبق ذلك على نبرة الصوت مثلاً ، والتوكيد . . . إلخ ، فضلاً عن أنه يوفر المعلومات التى تفيد فى فهم طبيعة العلاقة بين الأطراف المشتركة فى عملية الاتصال .

ثالثاً: أن الرسائل غير اللفظية تتميز بصدقها ، ويحتاج الإنسان عادة إلى نماذج كثيرة للسلوك غير اللفظي التى يصدرها الآخرون حتى يثق فيهم .

<sup>(١٥)</sup> سامية محمد جابر ، المرجع السابق .

ويؤكد هذا المعنى - أيضا - كلُّ من " د. حسن عماد " ، و " د. ليلي حسين " عندما يطلقان على اللغة غير اللفظية مُسمى [ " اللغة الصامتة " Silent Fanguage ] .

ويقسم الكاتبان الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات هي: (١٦)

- أ - لغة الإشارة : ( Silent Language ) وتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره .
  - ب - لغة الحركة أو الأفعال : ( Action Language ) وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى غيره ما يريد من معانٍ أو مشاعر .
  - ج - لغة الأشياء : ( Object Language ) ويقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال مما ليس من الإشارة والأدوات والحركة ؛ وذلك للتعبير عن معانٍ أو أحاسيس يريد نقلها للمتلقى . فالملابس والأدوات الفرعونية التي تستخدم على المسرح - مثلا - يقصد من استعمالها نقل الإحساس بالجو والزمان الفرعوني إلى المشاهدين ؛ لكي يعيشوا فيها طوال عرض المسرحية . وارتداء اللون الأسود في كثير من المجتمعات يقصد به إشعار الآخرين بالحزن الذي يعيش فيه من يرتدى هذا اللون .
- ويؤكد الكاتبان نفس المعنى بالاستشهاد بآراء مجموعة من علماء الاتصال على الوجه التالي: (١٧)

(١٦) (١٧) حسن عماد ، و ليلي حسين ، المرجع السابق .

"راندال هاريسون" (Randall Harrison) :

الاتصال غير اللفظي يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية ، ويقسم "هاريسون" أنواع الإشارات غير اللفظية إلى أربعة هي :

أ- رموز الأداء: (Performance Code)

وتشمل حركات الجسد مثل : تعبيرات الوجه ، وحركات العيون والإيماءات ، وكذلك ما أطلق عليه " شبه اللغة " .. مثل : نوعية الصوت ، الضحك ، الكحة .

ب- رموز اصطلاحية : مثل : نوع الملابس ، وأدوات التجميل ، والأثاث ، والمعمار ، والرموز المعبرة عن مكانة الإنسان .

ج- رموز إعلامية : نتيجة الاختيارات والترتيب والابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية ، مثل : حجم " البنت " ، ونوع الصورة ، والألوان ، والظلال ، ونوع اللقطة التليفزيونية .. بعيدة أو متوسطة أو قريبة ، وكذلك أسلوب استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية .

د- رموز ظرفية : وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان ، ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم .. مثل : ترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية ، أو تجاهل شخص نعرفه بطريقة متعمدة .

ويعرض " مارك ناب " " Mark Knapp " المهام التي يؤديها الاتصال غير اللفظي في علاقته بالاتصال اللفظي على النحو التالي :

(١) **التكرار أو الإعادة** : حيث يقوم الاتصال غير اللفظي بإعادة ما قلناه لفظياً ، ومثال ذلك : حين نذكر الشخص عن وجود شيء ما بالقول " هنا " ، ثم نشير إلى مكان هذا الشيء .

(٢) **التناقض** : يمكن للسلوك غير اللفظي أن يناقض السلوك اللفظي .  
مثل : المدير الذي يطلب من موظف أن يحضر أوراقاً معينة أمام أحد العملاء ، ثم يعطى الموظف إشارة ما بعدم إحضار هذه الأوراق ، ويعود الموظف ليخبر المدير أنه لم يجد هذه الأوراق . في هذه الحالة تلقى الموظف رسالتين : إحداهما: لفظية . والأخرى : غير لفظية .

(٣) **البديل** : يمكن للاتصال غير اللفظي أن يكون بديلاً للاتصال اللفظي ، فتعبيرات الوجه - أحياناً - تغني عن الاتصال اللفظي .  
(٤) **مكمل أو معدل** : يمكن للاتصال غير اللفظي أن يكون مكملًا للاتصال اللفظي ، مثل : الابتسامة بعد أن نطلب شيئاً من شخص ، أو التجهم عند سماع كلامه .

(٥) **التأكيد** : كأن يقوم الشخص بالتركيز صوتياً على كلمات معينة للتأكيد على الرسائل اللفظية ، وقد يصاحب هذا تعبيرات وجهه الدالة على التأكيد .

(٦) **التنظيم** : يمكن للاتصال غير اللفظي أن ينظم الاتصال بين المشاركين مثل : حركة الرأس أو العينين أو تغيير المكان ، أو إعطاء إشارة لشخص ليكمل الحديث أو يتوقف عنه ، وكلها وظائف تنظيمية يقوم بها الاتصال غير اللفظي .

ويرى د. مصطفى حجازي رأياً مشابهاً في الاتصال غير اللفظي: (١٨)  
اللغة اللفظية هي أداة التواصل الأساسية والنهائية بمعنى أن أي رسالة  
لا يمكن أن تصل بوضوح وصراحة ، أن تنتقل من جدول الأعمال  
الخفي إلى جدول الأعمال الصريح ، إلا بمرورها من التعبير غير  
المباشر إلى الجهر بها في لغة لفظية ، وكل وسائل التعبير الأخرى تظل  
غير مباشرة لا تأخذ معناها إلا كلغة بديلة عن الكلام . فإذا كان للكلام  
مكان الصدارة في التعبير لماذا إذا التوقف عند الاتصال دون اللفظي؟  
مبررنا لذلك هو التشويه الذي يدخل على الكلام في الكثير من  
الأحيان . فالكلمة تضلل بقدر ما تفصح . والكلام ، أداة الاتصال  
الأولى ، لا يوصل دوماً ما يزعم التعبير عنه . كثيراً ما يصبح الكلام أداة  
للتموه والتستر . فقد نتكلم لكي نتجنب قول شيء يؤلمنا البوح به ،  
فنقول عكسه ، وقد يصل التموه حداً بعيداً حين يستخدم الإنسان  
الكلام كي لا يتكلم . ويحدث هذا التموه حين يلج جدول الأعمال  
الخفي في التعبير ولكن الوضعية تجعل من المتعذر البوح بالمراد ، أو  
النوايا الحقيقية نظراً لما تتضمنه من توريط . في هذه الحالة تمر الرسالة  
الخفية من خلال اللغة دون اللفظية . وغالباً ما يقوم الناس في هذه الحالة  
باستكشاف المعاني والغوص وراء المضمرة في الكلام اللفظي من خلال  
الاستعانة بقدرتهم على قراءة اللغة دون اللفظية تبعاً للمثل القائل " إن  
اللبيب من الإشارة يفهم " . ذلك أن هذه اللغة هي الأصدق في الإفصاح  
عن المشاعر والنوايا والحالات الوجدانية التي نحاول إخفاءها بالكلام وكما

(١٨) مصطفى حجازي ، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة الجامعية  
للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .



يقول فرويد : " من تصمت شفتاه يثرثر بيديه " . فقط التدريب الطويل المدى هو الذي يسمح للمرء أن يضبط التعبير دون اللفظي : كحال لاعب البوكر ، أو الجاسوس ، أو المفاوض المحترف أو المتهم رهن التحقيق . ذلك أن اللغة دون اللفظية هي اللغة الأولية ، وهي ترتبط تطورياً بأكثر الحالات الوجدانية والانفعالية بدائية . أنها لغة التواصل في تلك المرحلة الحاسمة من حياة الطفل في سنته الأولى وقبل أن نضج لديه القدرة على التعبير بالكلام . خلال هذه المرحلة يمر الطفل بأخطر تجربة في حياته ، وهي تجربة الاعتراف به ككائن إنساني من قبل الأم أولاً أو الوالدين فيما بعد . فقيمته تتحدد ونظرتة إلى الحياة تفرس بذورها الأولى من خلال هذا السيل الدائم من الاتصال الحسي والحركي والشمي الذي يتم بين الطفل وأمه ، ومن خلال العناية به والسهر عليه ، الذي يحمل معنى الاعتراف بأهميته . فقط هذا الاعتراف وتلك القيمة يربطانه بالناس والحياة فيما بعد ، وإلا فإنه سيغرق فيما يسمى بالعزلة الاجتماعية والغرق في الذات البيولوجية ، وبالتالي استحالة المرور إلى الحالة الإنسانية التي هي في جوهرها علاقة اتصال . والعلاقة بين الأم وطفلها هي علاقة اتصال غير لفظية بل علاقة إحساس متبادل فقد لا يفهم الطفل القول ، ولكنه بدون شك يتلقى سيلا من الأحاسيس الحسية الحركية التي تنبئه عن موقف المحيط منه ( أهو مقبول محبوب ، أم لا ... ) وهذا هو المهم ، ولهذا تكون اللغة دون اللفظية هي اللغة الأصدق والأكثر بدائية ، وبالتالي الأكثر إفلاتا من سيطرتنا الواعية .

أشكال التعبير دون اللفظي عديدة ولها دلالات نفسية وأخرى اجتماعية ثقافية ، على المستوى النفسى يتخذ الأمر كما أسلفنا طابع الموقف من الآخر والمكانة التي يحظى بها كما هو حال الطفل ، أما على المستوى الاجتماعى فهو يتخذ دلالات خاصة بكل حالة على حدة. وفيما يلي عرض لأنواع الاتصال اللفظى ( من وجهة نظر د. مصطفى حجازى )

#### أولاً : لغة الصمت :

ليس هذا تناقض في القول أو تلاعب بالألفاظ ، فأقرب لغة إلى التعبير هى الصمت ، فدلالة الرسالة التي نتلقاها قد تتضح من خلال ما يحيط بها من صمت ، الصمت ليس توقفاً في الكلام ، بل قد يكون كلاماً بحد ذاته ، أو هو يصبح مفتاح فهم هذا الكلام ، الصمت كلام من نوع آخر ، أو هو موقف من محتوى الكلام الذي سمعناه أو تلفظنا به ... والصمت أنواع : هناك الصمت المنغلق الذي يجمدك ويتركك في حيرة من أمرك لا تدري ماذا تقول ، ولا تدري كيف نتابع الاتصال مع محدثك. وهناك الصمت الاجتماعى الرافض ، وهناك الصمت الآثم الذي يقر بعجزه وهناك الصمت الذي يسبق التعبير عن رسالة هامة جداً ومشحونة انفعالياً ، وهناك الصمت الذي يشكل محطة لالتقاط الأنفاس واستجماع القوى بعد تلقى رسالة تتضمن مفاجآت ، أو هى مثقلة بالمعاني ، وأخيراً هناك الصمت الذي يعبر عن أقصى درجات التواصل ، عن حالة المشاركة شبه التامة التي تجعل الكلام والإفصاح عن الذات غير ضرورى ( وتعطلت لغة الكلام وخاطبت عيني في لغة الهوى عيناك .... )

حالة الاندماج العاطفي هذه لم تعد بحاجة إلى الكلام الذي ليس له في نهاية الأمر من وظيفة سوى التقارب بين الذات والآخر ، لغة الصمت هي الأقرب إلى حالة الفيض الإنفعالي من لغة الكلام ، ولهذا فهي لغة صعبة ترافقها المعاناة ، وحين يحل محلها الكلام يحدث التفريج- ويزول التوتر الداخلي .

#### ثانيا : لغة الجسد :

كل الوظائف الحسية الحركية قابلة لأن تستخدم كلغة تعبير غير مباشر .

##### أ- التعابير الحسية والفسولوجية :

ما يعجز اللسان عن البوح به تنقله تعابير مظهرنا العام ، ولذلك فنحن نستخدم هذه التعابير في عمليات الاتصال في الحياة اليومية ، كل الحالات الوجدانية والانفعالات المتنوعة ترسم على مُحيا الانسان فيما يمكن أن نسميه اللغة الفسيولوجية ( اصفرار الوجه أو احمراره أو تصبب العرق ، أو التشنج ، أو الانبساط ، أو الارتجاف ، كذلك الأمر في حاسة البصر ) . لقد أبدع الشعراء والأدباء في وصف لغة العيون والنظرات ( النظرة الحية ، العيون التي تبرق فرحاً ، النظرة المتفائلة ، أو على العكس النظرة الجامدة الباردة النابذة ، النظرة المستعلية ، النظرة الرافضة ، النظرة الثابتة المتحدية ، النظرة الاتهامية ، النظرة الخجولة ، النظرة الآثمة ، النظرة العاجزة المتوسلة ، النظرة المتعاطفة

الحانية، النظرة المتلهفة المنادية ، النظرة التي تجذبك وتقربك ،  
والنظرة التي تبعدك وتصدك الخ ..) فالعين عالم اتصال كامل .  
كذلك هو حال الأذن وان كانت أقل قدرة على لعب دور لغة  
التواصل إنما هناك الانصات ( ومنه التعبير اعارة الأذن الصاغية ) .

#### ب- التعبير الحركي :

اللغة الحركية من أبرز أشكال التعبير غير المباشر ، حركات اليدين  
والقدمين ، استقرار الجلسة ، أو مظاهر عدم الاستقرار والتأملل ،  
طريقة الجلوس ، انحناءة إلى الأمام أو الجانب باتجاه الآخر أو  
على العكس انحناءة إلى الوراء ابتعاداً عنه ، استجماع الاطراف  
في حالة تركيز الانتباه أو التراخي على المقعد في حالات عدم  
الاهتمام ، كثرة الحركة والقيام والجلوس في حالات الملل  
والضيق ، فتح النافذة أو إغلاقها ، تغيير الجلسة خلال التواصل  
كلها تعبر عن حالة من عدم الارتياح ، وبالتالي تبنونا بأن الآخر  
غير مهتم ، أو هو يضيق ذرعاً بالوضعية .

#### ثالثاً : اللغة الرمزية :

هنا نجد جميع أشكال التعبير التي تحمل دلالة رمزية للرسائل  
الضمنية التي نرسلها تعبيراً عن حالتنا المزاجية ، ومنها اشعال  
أعواد الثقاب ، الخربشة على الورقة أو رسم أشكال نمطية أو كتابة  
كلمة بشكل معين وكذلك رواية النكات التي تعتبر كصمامات أمان  
لتنفيس التوتر المتصاعد خلال عمليات التفاعل الذي قد يولد  
التوتر .

#### رابعاً : لغة المظهر العام والملبس :

كلنا يعرف الوظيفة النفسية الاجتماعية للملابس إضافة إلى وظيفتها البيولوجية للوقاية من حر أو برد .

من خلال ملابسنا نحن نتواصل مع الآخرين ، كى نقدم انفسنا تبعاً لمفهوم معين عن الذات نود أن ننقله إليهم ، هناك مثلاً الانسان العالم أو صاحب العقيدة المناضل من أجل قضية ما ، هؤلاء يعبرون عن عدم اكتراثهم بالمظاهر من خلال ملابسهم البسيطة ، انهم يقولون لنا أن ما يشغلهم هو أهم بكثير من وجهة الاستعراض الاستهلاكي ، وكذلك المتمرد الذي قد يضع ملابساً وظيفتها الأساسية تحدى المعايير الشائعة في الزى ، وهناك النموذج البيروقراطي الذي يتمسك بالرسميات والشكليات ، ويعبر بهذا الزى الرسمي ، مهما كان متواضعاً عن امتثاله للأعراف ، وتقديره الزائد لسلطة الرؤساء وللغارق المرتبى بينه وبينهم ، والانسان الذي يقدم نفسه في مناسبة رسمية أو لأول مرة يحرص أن يثبت لنا رسائل غير مباشرة من خلال زيه ومدى تأنقه ، ولا ننسى علاقة الزى ببعض الوظائف .

#### خامساً : لغة الأعراض :

الشكوى الجسدية قد تكون أحياناً شكوى وجودية ، تعبيراً غير مباشر عن ضيق أو معاناة أو احباط لا نجروء على التعبير عنه ، لأنه يمس اعتبارنا الذاتى ، المعاناة الوجودية على أثر الفشل مثلاً لا تليق بالانسان الراشد الذي لابد أن يظهر الصلابة والقدرة على

الاحتمال ، ولكن المرض مسموح به ، ولهذا تكثر الشكاوى الجسدية على أثر حالات الفشل أو الاحباط في العمل الإداري وتزداد هذه الشكاوى حين يفقد الانسان مكانته بشكل يؤثر على اعتباره الذاتى ازاء نفسه وازاء الغير ، وليس أدل على هذا من السرعة المذهلة التي تنهار فيها الحالة الصحية لموظف احيل على التقاعد أو لمسؤول عزل عن سلطاته ، كثرة الغياب المرضى ليست دوماً مسألة طبية ، بل هى رسائل ضمنية يرسلها الموظف في الإدارة إلى رؤسائه تعبيراً عن احتجاجه ، أو انسحابه ، لفتاً لنظرهم وجذباً لاهتمامهم ، وتكثر هذه الرسائل كلما عز التعبير اللفظى الصريح .

على المدير هنا أن يعى لغة الأعراض ويتفهم الرسائل الصادرة عن العاملين الذين يستخدمونها ، إذ لا يجدى كثيراً الاستجابة بإجراءات رسمية من تنبيه أو غيره ، من يستخدم لغة الاعراض يطلب إلى رئيسه أن يلعب دور الطبيب المداوى الذي يتفهم المعاناة ويجدها الحل ، أو هو يقرر أن المرض عضال ويستعصى عليه علاجه ، والواقع أن علاج لغة الاعراض يكمن خصوصاً في إتاحة الفرصة للتعبير وتشجيعه ، عندها تظهر العلة الخفية إلى السطح ولا يعود من داع للإشارة اليها بشكل غير مباشر .

إن اللغة دون اللفظية على اختلاف أشكالها هى المعبر عما لا يمكن التعبير عنه لفظياً لاعتبارات شتى ولكن ولأنها تعبير غير مباشر ، فإن الرسالة الضمنية لا تنقل كاملة ، وبالتالي لا تحل نهائياً بل هى تبقى مثاراً للتوتر في العلاقات ، وكما أنها تعبر عن الواقع

الحقيقى للشخص ، فإنها قد تشوش على الاتصال الرسمى المهني ،  
أنها مثار للالتباس والتأويل .

وعلى المدير أن يكون طبيباً هنا أيضاً إذا أراد أن يحافظ على  
سلامة الاتصال الرسمى ، العلاج الذي بحوزته هو تشجيع التعبير  
لإزالة المعوقات أمام فعالية الاتصال وإيجابية العلاقة ، ومن  
الأفضل على المدى الطويل أن تكون المشكلات الانسانية في  
الإدارة واضحة ، ولو تعذر حلها مباشرة ، عن أن تظل فاعلة بنشاط  
بشكل خفى يسمم جو العمل ويشوش الاتصالات .

#### سادسا : لغة الموقع والمكان :

وهى من أفصح اللغات دون اللفظية في العمل الإدارى وفى  
الحياة اليومية على حد سواء ، فالقرب والبعد هما تعبير عن مدى  
وثوق أو وهن الصلات بين الناس وبالتالي مدى كثافة واهمية  
الاتصالات ، من لا تريد أن تتواصل معه تبتعد عنه نفسياً ، وتعبر عن  
هذا الابتعاد النفسى بابتعاد مكانى ، وعلى العكس أنت تقرب  
إليك من تود إقامة الصلة أو الاتصال معه ، أو هو يتقرب إليك ،  
ولهذا يقال عن فلان أنه مقرب أى ذو حظوة وهو على صلة وثيقة ،  
ولهذا فالموظف المغضوب عليه يبعد إلى الأرشيف مثلاً أو أى  
دائرة أخرى معزولة عن العلاقات والتواصل ، ذلك هو أيضاً شأن  
إبعاد العناصر غير المرغوب فيها الذي تلجأ إليه الدول .

وفي طفولتنا يعبر عن المكانة التي يحظى بها الواحد منا بمدى  
قربه أو بعده عن والديه ، الطفل المحبوب الذي يحتل حجر أمه

ويظل لصيقاً بوالديه هو على عكس الطفل المنبوذ ( تعنى كلمة نبذ الابعاد لغوياً ) الذي يبعد عن الاتصال الجسدى مع الوالدين ، اما حين نخرج إلى الحياة العملية فإن مكانتنا الذاتية من الرئيس يعبر عنها في احيان كثيرة بالمسافة المكانية التي نفصلنا عنه ، وكما أن الطفل المحبوب يسمح له بالتسلل إلى غرفة الوالدين حين يرغب كذلك الموظف المحظوظ هو الذي يسمح له بالتحرك المكانى في منطقة تواجد المدير أو الرئيس والدخول عليه ساعة يشاء ، إذا حيث تسمح الحركة في المكان لشخص ما يتاح له الاتصال مع الأشخاص المهمين في ذلك المكان ، كل ذلك معروف ولا يحمل جديداً .

الجديد الذي يمكن الإشارة إليه هنا هو تأثير المكان والمواقع المكانية على عمليات الاتصال الانسانى ، ولقد نشأ فرع جديد في علم الاتصال يدرس خصيصاً هذه المسألة ويطلق عليه اسم [التجاور] أى دراسة تأثير العلاقات المكانية على الاتصال . ومن النقاط التي يدرسها هذا الفرع تأثير المسافة بين المرسل والمستقبل على عملية الاتصال ، فكلما كانت المسافة أكبر انخفضت درجة دينامية الاتصال ، على العكس تزداد قوة الاتصال كلما قلت المسافة بين المرسل والمستقبل ولكن إلى حد، فإذا تجاوزت هذه المسافة حداً معيناً في ضيقها أصبح الاتصال صعباً لأن العلاقة تصبح مثقلة بالانفعالات التي تصد الطلاقة اللفظية وتعرقل التلقائية والاحساس بالارتياح ، فإذا كانت المسافة الكبيرة تولد تباعداً بين المرسل والمستقبل ، فإن المسافة



القريبة جداً تولد حرجاً وضيقاً ينعكس على طلاقة العمليات العقلية، ولا شك أن لهذه المسألة أهمية في تدبير مكان جلسة اجتماعات العمل ، كما أن لها تأثيراً في عمليات التواصل الجماهيري ، ولقد اتضح من الأبحاث أن أنسب مسافة للاتصال المهني بين شخصين هي تلك التي تتراوح ما بين ٢ و ٣ أمتار فإذا قلت عن ذلك قد يتفجر القلق أو الانفعالات المختلفة أما إذا زادت فقد يخيم البرود على عملية الاتصال .

وإضافة إلى المسافة درست مختلف الأوضاع المكانية وتأثيرها على الاتصال فوجد مثلاً أن الاتصال وجهاً لوجه أكثر فعالية من الاتصال من وراء حجاب أو ظهرأ لظهر أو جنباً لجنب ، هذه الوضعية الأخيرة ( جنباً لجنب ) أصلح للاتصالات ذات الطابع العاطفي ، كما وجد من الأبحاث العيادية أن الجلوس في حلقة على كراسي مع فراغ في الوسط يصد عملية الاتصال ويفجر قلق الفراغ والاعتداء ، بينما أن الجلوس حول طاولة يبتث الشعور بالأمن لأن الطاولة تشكل نوعاً من السند والحماية ، وينعكس ذلك مباشرة على الاتصال فيجعله أكثر عقلانية وموضوعية ، ومن وسائل الحماية ضد قلق التعرض للخطر في الجماعة وجود قرطاسية وأدوات مختلفة للاستخدام أمام كل شخص في الاجتماع .

أخيراً لابد من الإشارة إلى العلاقة التراتبية وأوضاعها المكانية وتأثيرها على الاتصال ، فالجلوس على مقعدين من نفس المستوى أو حول طاولة ، يجعل عملية الاتصال أكثر سهولة وديموقراطية ومساواة من وضعية وقوف المروؤوس بين يدي

الرئيس ، أو وقوف المرفؤوس على مسافة من الرئيس الذي يجلس وراء مكتبه الضخم ، حتى أن حجم المكتب يؤثر على سهولة الاتصال فكلما صغر هذا الحجم شعر المرفؤوس بشيء من التكافؤ الشخصي ( شخص لشخص ) وأصبحت عملية الاتصال أيسر ، وعلى عكس كلما كبر المكتب زاد التباعد بين الرئيس والمرفؤوس واتصف الاتصال بالتحفظ والرسمية ، ولهذا نرى منصة القاضي ، ومنبر الأستاذ الجامعي أعلى من مستوى الطلاب ، ففي ذلك تعبير عن الفارق في المكانة التي تجعل الاتصال عامودياً من أعلى إلى أسفل ، ومن الطريف أن ديمقراطية العلاقة التعليمية في الجامعات الحديثة أدت إلى إلغاء المنابر وإلى تغيير وضعية جلوس الطلاب في صفوف ، وساعد هذا الإلغاء والاستعاضة عنه بجلسة دائرية إلى تحول التعليم إلى عملية حوار وتفكير مشترك .

وقد يكون من الطريف الإشارة إلى تأثير الجلسة التقليدية على الأرض في العالم العربي على عمليات التواصل ، لاشك أن هذه الجلسة تؤدي إلى ضغيان الطابع الحميم على عمليات الاتصال ، إنما من المجدي عمل ملاحظات حول تأثيرها على الاتصال المهني ، هل هي عنصر مساعد عليه أم لا ؟ .

#### **سابعاً : الصراحة والكتمان والمخاطرة في الاتصال :**

اللغة دون اللفظية مرادفة للكتمان ، أو هي تعبير عن ذلك الجزء من الكتمان الذي يقلت من الضبط ، وإذا كنا قد طرحنا تشجيع التعبير كعلاج لمشكلات الاتصال في الإدارة فذلك لسبب محدد

وهو أن النمو والتقدم في الحياة ، لا بد له من حد معين من الإقدام والمخاطرة ، يصح هذا في مختلف مجالات الحياة ، ولكنه ينطبق خصوصاً على الاتصال ، لا يمكن للمرء أن ينمو ويخطو إلى الأمام ويعزز مواقفه إلا إذا تدرب على المخاطرة في الاتصال ، وتعنى المخاطرة هنا الجرأة على التعبير والمجابهة ، الشجاعة على فتح الأبواب الموصدة ، بذلك يحقق المرء المكاسب وينتزع الاعتراف ، ويعزز مكانته .

## معوقات الاتصال

يتحدث د. عبد الفتاح دويدار عن معوقات الاتصال - من وجهة نظر علم النفس - فيما يلي: <sup>(١٩)</sup>

" ترتبط قدرة الإنسان على الإتصال إرتباطاً مباشراً بحالته المزاجية ، وهذه الحالة تتعلق أساساً بدورة بيولوجية معقدة ( تنتج عنها حالات إختمار دماغى وبالتالي حالات عقلية محددة ) . كما تتعلق الحالة المزاجية بظروف الشخص الموضوعية وبقدراته الإدراكية بشكل عام ، وهكذا فإن الشخص لا يكون دائماً على نفس القدر من الإستعداد للاتصال ، ولا هو يكون دائماً في نفس مستوى الكفاءة لتحقيق هذا الاتصال ، ويمكننا تقسيم معوقات الاتصال كما يلي :

(١) المعوقات النفسية - الجسدية .

(٢) معوقات المرسل .

(٣) معوقات المستقبل .

(٤) المعوقات التنظيمية .

(٥) المعوقات التقنية .

(٦) المعوقات الثقافية - الاجتماعية .

أ - المعوقات النفسية - الجسدية :

وهي من أكثر المعوقات أثراً على الاتصال ، ومنها ما هو ثابت ودائم " كمثّل معاناة الشخص من اضطراب الحواس أو من الاضطرابات

<sup>(١٩)</sup> عبد الفتاح محمد دويدار ، المرجع السابق .

الإدراكية المستقرة " ومنها ما هو متغير ، بمعنى مرور الشخص بحالة نفسية  
عابرة " كمثال الاضطرابات المصاحبة للعادة الشهرية وحالات الإنفعال  
والقلق العابرة .... الخ " بحيث تؤثر هذه الحالة على الاتصال بشكل  
مؤقت .

#### ب- معوقات الاتصال من قبل المرسل :

- كثيرا ما تتمحور الصعوبات التي يواجهها المرسل ، في إيصال  
رسائله للمستقبل ، حول الأسباب التالية :
- ١- عجز المرسل عن صياغة رسالة واضحة .
  - ٢- تركيز تفكير المرسل حول ذاته .
  - ٣- التشويش الذاتي ( غير ثابت ) .
  - ٤- تكوين المرسل لأفكار وأحكام مسبقة تتعلق بالمستقبل .
  - ٥- الموقف العدائي من الطرف الآخر .
  - ٦- تدخل اللاوعي في عملية الاتصال ، بمعنى أنه يقوم المرسل بإسقاط  
دوافعه وحاجاته اللاواعية على المستقبل ، أو أن يقوم المرسل بكبت  
أجزاء من رسائله ، أو أن يتماهي ( يتوحد ) المرسل بشخصية أخرى  
... الخ . وهذه التدخلات اللاواعية من شأنها أن تشوه الرسالة الأصلية  
وأن تعيق عملية التفاعل الطبيعي مع المرسل .
  - ٧- قصور التخطيط لعملية الاتصال .
  - ٨- خلل في قدرة المرسل على تقييم درجة تفاعل المستقبل مع  
الاتصال .

### ج- معوقات الاتصال من قبل المُستقبل :

- بعض هذه المعوقات مشترك بين المرسل و المُستقبل ، ويمكننا تلخيص المعوقات الخاصة بالمُستقبل بالنقاط التالية :
- ١- سوء التقاط الرسالة : الذى قد ينجم عن التسرع فى تفسير الرسالة أو عن قصور حسى أو إدراكى فى التقاطها ، كما أن عوامل التشويش الذاتى تؤثر على حسن التقاط الرسالة .
  - ٢- الإدراك الإنتقائى المفرط : بحيث يركز المُستقبل على بعض أجزاء الرسالة ويعطيها تفسيراً يتعارض مع تفسيرها الحقيقى .
  - ٣- سوء إرجاع الأثر : ويتجلى بعدم إعطاء ردود الفعل الدالة على حسن استقباله للرسالة وتفاعله معها مما يؤدى إلى إرباك عملية الاتصال برمتها .
  - ٤- الأحكام والمواقف المسبقة : وهى قد تدفع المُستقبل إلى التعامل مع الرسالة ومرسلها بناء على إسقاطاته وتوقعاته المبنية أساساً على هذه الأحكام المسبقة ، مما يوقع المُستقبل فى حالة من الإدراك الإنتقائى المنسجم مع هذه الأحكام والتوقعات .
  - ٥- إنحسار الطاقة فى جهاز الاستقبال : نغنى بها عجز المُستقبل عن فهم الرسالة أو بعض أجزائها بسبب قصوره الثقافى أو الذهنى .
  - ٦- تباين الخبرات والإطار الذهنى : يعتبر التجانس العقلى واحداً من أهم شروط التواصل بين المرسل و المُستقبل ، فاضطراب هذا التجانس يؤدى إلى سوء تفسير الرسالة وبالتالي فإنه يؤدى إلى سوء الاتصال .

#### د- المعوقات التنظيمية :

تتطلب عملية الاتصال الناجحة جهازاً منظماً تتوزع فيه الأدوار والمهام بشكل يتلاءم مع غايات الاتصال وينسجم مع مستوياته وبناء عليه وجب احترام النقاط التالية ( فى أجهزة الاتصال الجماعية - العائلة، المؤسسة والإدارة ... الخ ) :

- ١- تحديد وحدة السلطة الموجهة وتحديد صلاحياتها .
- ٢- تطوير جهاز الاتصال بما يتلاءم مع نمو المؤسسة ومستويات المتصلين بها .
- ٣- اعتماد شبكة إتصال ملائمة وتطوير هذه الشبكة باستمرار .
- ٤- الحؤول دون نشوء شبكات اتصال جانبية تعكر اتصالات الشبكات الأساسية .

#### هـ- المعوقات التقنية :

ويقصد بها تلك المعوقات المتعلقة بآلات الاتصال وهى :

- ١ - عدم كفاية الأقنية : سواء لنقص قدرتها أو لعدم تنظيمها وكفايتها.
- ٢ - تشويش الأقنية : كمثال أعطال الخطوط الهاتفية أو عدم وضوح الصوت .
- ٣ - توظيف أقنية غير مناسبة : من واجب المرسل أن يحسن انتقاء القناة المناسبة لرسائله ( كمثال اللجوء إلى مناقشة الأمور بين الزوجين مثلاً ، عن طريق الكتابة ، فى حين أن المخاطبة الشفهية تكون القناة الأفضل لنقل النواحي الإنسانية والحميمة ... الخ ) .

## و- المعوقات الثقافية - الاجتماعية :

وهذه المعوقات هي الأصعب والأكثر احتمالاً لأشكال اللبس والغموض ، وتفرع هذه المعوقات عن التقاليد والأعراف الاجتماعية السائدة في مجتمع ما والمختلفة عن باقي المجتمعات .

فلو أخذنا مثلاً على ذلك المجتمع الشرقي فإننا نلاحظ فيه غلبة العلاقات الإنفعالية - العاطفية - المزاجية التي تنعكس على صعيد الاتصال من خلال الإصرار على أهمية العلاقات الأولية (علاقات قرابة وعلاقات شخصية وصداقات .... الخ ) وذلك على حساب العلاقات الرسمية - الوظيفية ، مما يُعطى للاتصالات الشفهية - الوجيهة أهمية تحجب أهمية الرسائل الخطية . ولعل من التجنى القول بإقتصار هذه الغلبة على مجتمعنا الشرقي ، فقد رأينا "ليندبرج" الاميركي وهو يصنف "المحادثة الشخصية" كأعلى درجة في سلم فعالية الاتصال الاجتماعي ، ولكننا لا نبالغ إذ نقول بأن هذه الأهمية تتخذ حجماً مريضاً في مجتمعنا إذ أنها تعيق تطور مؤسساتنا (وبالتالي مجتمعنا ككل ) عن طريق فرضها لمبادئ التوصية والرشوة والعلاقات الاجتماعية على حساب الكفاءة والصلاحية ، كما أن هذا التركيز على العلاقات الشخصية يجعل من العسير استعمال وسائل الاتصال الحديثة واستخدامها في سبيل تطوير المجتمع .

ومن أهم المعوقات الثقافية - الاجتماعية للاتصال نذكر :-

١- التباعد الاجتماعي : ويزداد أثر هذا التباعد على عملية الاتصال ، مع ازدياد الفوارق اللغوية والعرقية والدينية والمذهبية والفكرية والسياسية



....الخ ، ويتعمق هذا التباعد بإهمال أهمية الاتصال بين المجتمعات أو بالعمل على إعاقة هذا الاتصال .

٢- الانحياز الاجتماعي : وعنه ينشأ التعصب العرقي والديني والإقليمي والفنوي ... الخ .

٣- طقوس الاتصال : لكل مجتمع طقوسه الخاصة بعملية الاتصال وذلك بحيث تكون معرفة هذه الطقوس واجبة وضرورة أساسية للاتصال بهذا المجتمع ( على سبيل المثال فإن البلدان الغربية توزع على رعاياها ، الذين يودون زيارة أحد البلدان الإسلامية ، كتيبات تشرح لهم كيفية التصرف وطقوس الاتصال في هذه البلدان ) .

٤- سيمياء الاتصال : وهو علم بحد ذاته ( يشبه مبدأ تحليل الشفرة ) يهتم بدراسة الدلالات اللغوية للمعاني والكلمات ، فكل مجتمع شفرته الخاصة به ، فحتى المجتمعات التي تتكلم ذات اللغة فإنها لا تستخدم نفس السيمياء ( فكلمة "بسط" تعني السرور في بعض البلدان العربية في حين أنها تعني "الضرب" في بلدان عربية أخرى وهكذا ) وهو ما يطلق عليه في علوم الاتصال (الاطار الدلالي) .

## أنواع الاتصال ومهاراته

يمكن تصنيف الاتصال - نوعيا - إلى عدة أنواع من الاتصالات تختلف وفق معايير تصنيف الاتصال المتعددة .  
وفيما يلي حصر شامل لأنواع الاتصال حسب معايير الاتصال النوعية [المعيار الاتصالي] ٠٠٠

### أولا : من حيث أطراف العملية الاتصالية :

أى من حيث عدد المشاركين فى الاتصال أو "كم الاتصال" ؛  
إذ يمكن تصنيف الاتصال وفقا للمعيار الكمي إلى ثلاثة أنواع :  
\* الثنائى                      \* الجمعى                      \* الجماهيرى

#### أ - الاتصال الثنائى :

وهو الاتصال الذى يتم بين فردين اثنين . ( كما هو موضح بالشكل التالى ) :

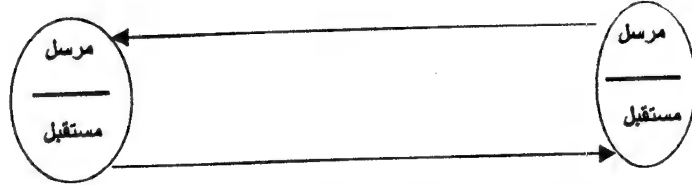


#### سمات الاتصال الثنائى :

يمكننا حصر أهم سمات الاتصال الثنائى وخصائصه فيما يلى :

(١) أنه يتم بين فردين اثنين فقط:

المرسل والمستقبل ، وفي غالب الأحيان يكون كل منهما مرسلًا ومستقبلًا داخل دائرة اتصالية واحدة ( كما يوضحه الشكل التالي):



وهو ما يطلق عليه الحوار الثنائي (الديالوج) .

(٢) وحدة الزمان :

يقع الاتصال الثنائي في زمن واحد بالنسبة لطرفي العملية الاتصالية . أما بالنسبة " لوحدة المكان " فقد تتحقق في الاتصال الثنائي عندما يكون الاتصال بينهما مباشرا ، وقد لا تتحقق إذا ما كان الاتصال الثنائي غير مباشر أى عن طريق استخدام وسيلة اتصال وسيطة بينهما مثل التليفون أو البريد الإلكتروني أو الفاكس .

(٣) توفر رد الفعل الاتصالي :

يتحقق في الاتصال الثنائي عنصر رد الفعل الاتصالي سواء بأسلوب مباشر عن طريق العبارات أو الكلمات ، أو من خلال أسلوب غير مباشر ؛ إذ يمكن للقائم بالاتصال أن يستشف رد فعل المتلقي من خلال تعبيرات الوجه ونظرات العينين وإشارات اليدين .

٤) وجود صلة ما بين طرفي الاتصال الثنائي :

فلا يمكن أن يتحقق الاتصال الثنائي بدون " صلة ما " بين المرسل والمستقبل ، وذلك يعكس الاتصال الجماهيري حيث تنعدم الصلة - غالبا - بين القائم بالاتصال وجمهور المتلقين للاتصال .

**أمثلة الاتصال الثنائي :**

❖ الاتصال بين صديقين .

❖ الاتصال الأسرى .

❖ الاتصال بين زميلين أو شريكين .

**ب- الاتصال الجمعي :**

وهو الاتصال الذي يتم بين طرفين :

الطرف الأول : القائم بالاتصال ، ويكون - في غالب الأحيان - فردا واحدا .

الطرف الثاني : المتلقون للاتصال ؛ أي مجموعة من الناس ( سواء كانت مجموعة صغيرة أم كبيرة ) .

**أمثلة الاتصال الجمعي :**

المحاضرة - الندوة - المؤتمر .

**سمات الاتصال الجمعي وخصائصه :**

يمكن حصر سمات الاتصال الجمعي وخصائصه فيما يلي :

- أن القائم بالاتصال - فى الاتصال الجمعى - يكون فردا واحدا فى غالب الأحيان ، وفى بعض الأحيان فردين أو ثلاثة .
- أن المتلقين للاتصال هم مجموعة من البشر ، وقد تكون هذه المجموعة صغيرة ( بضعة أفراد ) أو كبيرة ( عشرات أو مئات من الأفراد ) .
- وحدة المكان :
- فالقائم بالاتصال يكون موجوداً فى نفس المكان الذى يوجد فيه المتلقون للاتصال .
- وحدة الزمان :
- إذ أن المتلقين للاتصال الرسالة الاتصالية الجمعية فى ذات الوقت الذى يلقى فيه المرسل رسالته الاتصالية .
- توفر عنصر رد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجمعى :
- وبأخذ رد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجمعى عدة أشكال هى :
- & رد الفعل الإيجابى :
- مثل : الموافقة - التصويت - التصفيق .
- & رد الفعل السلبى :
- مثل : عدم الموافقة - الاستهجان - الانصراف من المكان الذى يتم فيه الاتصال .
- & رد الفعل المباشر :
- مثل : الموافقة - الأسئلة والحوار - التصفيق .

& رد الفعل غير المباشر :

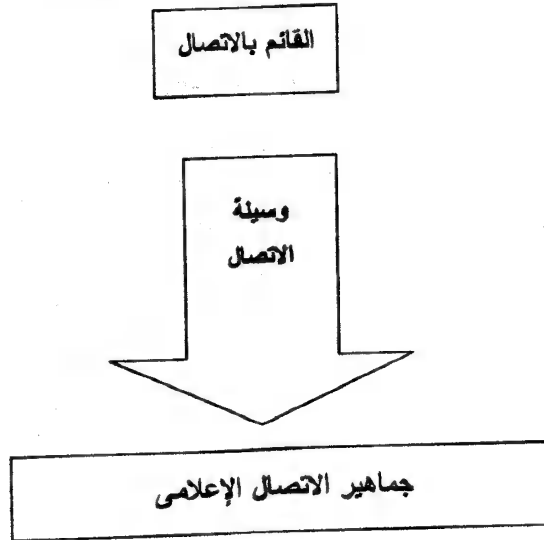
مثل : علامات الرفض من خلال تعبيرات الوجه وإشارات اليدين  
أو الاستغراق في النوم .

ج - الاتصال العام ( الجماهيري ) :

وهو الاتصال الذي يستهدف جمهورا متعدد الاتجاهات متباين  
العادات والتقاليد مختلف الثقافات والمستويات .

ويوضح الشكل التالي عملية الاتصال الجماهيري (الإعلامي) :

[الشكل رقم (٧) الاتصال الجماهيري]



خصائص الاتصال الجماهيري :

يمكن حصر أهم خصائص الاتصال الجماهيري وسماته فيما يلي :

❖ الرسالة الاتصالية موجهة إلى قطاع كبير من الجماهير ( وهى جماهير تتفاوت فى مستوياتهم الفكرية ، وتعارض وتناقض فى آرائها ، وتعدد ميولها واتجاهاتها ورغباتها ) .

❖ يختلف عنصر الزمن فى الاتصال الجماهيرى حسب طبيعة وسيلة الاتصال ( الجماهيرية ) المستخدمة :

▪ فى الاتصال التليفزيونى :

تحقق وحدة الزمن عندما يكون البث التليفزيونى مباشرا ( البث الحى ) ، أى على الهواء مباشرة ، ولا تتحقق وحدة الزمن بين المرسل والمستقبل عندما يكون البث التليفزيونى مسجلا ، وينطبق نفس الحال بالنسبة للإذاعة .

❖ فى الاتصال الجماهيرى - أيضا - تختلف وحدة المكان ولاسيما بالنسبة للإذاعة والتليفزيون ، مع الاختلاف النسبى بالنسبة للسينما .

❖ لا يتحقق فى الاتصال الجماهيرى عنصر ( رد الفعل الاتصالى ) ، حتى فى حالات الحوار الإذاعى أو التليفزيونى " المفتوح مع الجمهور على الهواء " ، لا يمكن أن يتحقق معها عنصر رد الفعل الاتصالى ؛ لأنها حالات استثنائية ومحدودة ويصعب على كثير من المشاهدين أو المستمعين التعبير بسهولة ويسر عن رد فعلهم تجاه الرسالة الاتصالية الإذاعية أو التليفزيونية ، كما هو الحال بالنسبة للاتصال الذى يتم أثناء الندوة أو المحاضرة أو المؤتمر .

## مهارات الاتصال الكمي

تختلف المهارات الاتصالية الواجب توافرها في القائم بالاتصال الكمي وفقا لتصنيف هذا الاتصال الكمي ، وذلك على النحو التالي :

### • مهارات الاتصال الثنائي :

#### - المصادقية :

إذ يتوفر في العملية الاتصالية الثنائية عنصرى وحدة الزمان والمكان بالإضافة إلى توفر رد الفعل الفوري من جانب المتلقى للاتصال وبالتالي فإن عدم مصداقية القائم بالاتصال في الاتصال الثنائي تكون واضحة ومن السهل على المتلقى للاتصال اكتشافها .

#### - وجود اهتمام مشترك :

بين القائم بالاتصال والمتلقى للاتصال ، أو توفر صلة ما بينهما ( صداقة - زمالة - عاطفة ..... الخ ) .

### • مهارات الاتصال الجمعى :

بجانب المهارتين السابقتين ، فإنه يجب توافر المهارات التالية في

#### الاتصال الجمعى :

#### # الجاذبية :

يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال - في الاتصال الجمعى -  
الجاذبية الشخصية لدى المتلقين للاتصال .



#### # الاستحواذ :

يجب على القائم بالاتصال - فى الاتصال الجمعى - أن يستحوذ على اهتمام المتلقين استحواذاً ( عقلياً - أو عاطفياً - أو نفسياً ) ومن مظاهر الاستحواذ فى الاتصال الجمعى :

الإنصات التام - الهدوء - الاهتمام بالقائم بالاتصال - الحرص على التواجد فى الموعد المحدد للاتصال الجمعى - عدم التخلف عن موعد ومكان الاتصال الجمعى - الشعور والتيقن بالعائد من الاتصال الجمعى "بالنسبة للمتلقين" .

#### • مهارات الاتصال الجماهيرى :

بجانب المهارات السابقة ( المصداقية - وجود الاهتمام المشترك - الجاذبية - الاستحواذ ) ، فإنه يجب توافر مهارات أخرى فى الاتصال الجماهيرى هى :

#### # القدرة على التأثير :

وهو ما يطلق عليه علماء الاجتماع الشخصية المؤثرة ، ذلك أن عملية التأثير والإقناع فى الاتصال الجماهيرى عملية أكثر تعقيداً وأكبر صعوبة من الاتصال الثنائى أو الجمعى للأسباب التالية :

- تباين المستوى المعرفى للمتلقين .
- صعوبة التعرف على رد فعل المتلقين فى الوقت المناسب .
- الاتصال الجماهيرى يكون دائماً اتصالاً غير مباشر أى عبر وسيلة اتصال بين القائم بالاتصال والمتلقين للاتصال .

### # الشخصية القيادية :

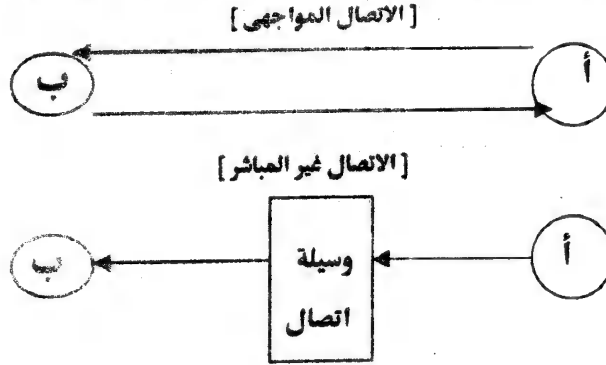
يجب أن تتوافر في شخصية القائم بالاتصال سمات وخصائص الشخصية القيادية وهو ما يطلق عليه علماء السياسة " الشخصية الكارزمية " وهى الشخصية التى يكون لها مكانة عالية لدى الجماهير وتستحوذ على عقولهم وعواطفهم .

### ثانيا : من حيث المواجهة ( المباشرة )

يمكن تصنيف الاتصال من حيث وجود حالة مواجهة ( مباشرة ) بين أطراف العملية الاتصالية أو عدم وجودها إلى نوعين أساسيين من الاتصال :

#### أ - الاتصال المواجهى :

ويسمى أيضا الاتصال المباشر ، وهو الذى يتم بين القائم بالاتصال والمتلقى للاتصال وجها لوجه ( Face to Face ) ، ويكون فى شكل حوار دائرى يتحقق معه رد الفعل الاتصالى ، وذلك ما يوضحه الشكل التالى : [الشكل رقم (٨) الاتصال المواجهى والاتصال غير المباشر]



#### ب- الاتصال غير المباشر :

وهو الاتصال الذي يتحقق عبر " قناة اتصالية " بين المرسل من جانب والمستقبل من جانب آخر ، حيث لا يكون القائم بالاتصال موجوداً مع المتلقى للاتصال في مكان واحد ، بل لا يرى أحدهما الآخر مثل الاتصال عبر التلفزيون ؛ إذ لا يرى المذيع التلفزيوني المشاهدين ، وكذلك الاتصال عبر الإذاعة حيث لا يرى كل من المذيع والمستمعين بعضهما البعض ، ونفس الحال في " الاتصال الطباعي " عبر الجريدة أو المجلة ؛ فقد يظل الكاتب أو المحرر مجهولاً بالنسبة للقارئ طول العمر .

#### الفرق بين الاتصال المواجهي ( المباشر ) ، والاتصال غير المباشر :

يمكن التفرقة بين الاتصال المباشر ( المواجهي ) من جانب ، والاتصال غير المباشر ( غير المواجهي ) من جانب آخر من خلال الأمور التالية :

- تتحقق وحدة الزمن في الاتصال المباشر ( المواجهي ) ، بينما لا تتحقق في الاتصال غير المباشر ( غير المواجهي ) في بعض الأحيان ؛ إذ تتحقق بالنسبة للاتصال الحي " المباشر " ولا تتحقق في المواد الإعلامية المسجلة .
- تتحقق وحدة المكان في الاتصال المباشر ( المواجهي ) ، بينما لا تتحقق وحدة المكان في الاتصال غير المباشر ( غير المواجهي ) .
- يتحقق رد الفعل الاتصالي في الاتصال المباشر ( المواجهي ) ولكنه غير وارد حدوثه في الاتصال غير المباشر ( غير المواجهي ) .

- يمكن للقائم بالاتصال أن يستشعر رد فعل المتلقين للاتصال مباشرة وفي نفس توقيت الاتصال ، كما يمكنه أن يستشف مدى تقبلهم للرسالة الاتصالية ( في حال الاتصال المباشر والمواجهي ) ، والعكس صحيح ، في الاتصال غير المباشر ( غير المواجهي ) .

### مهارات الاتصال

#### في الاتصال المواجهي أو الاتصال غير المباشر

- يمكن الإشارة إلى أهم المهارات التي يجب توافرها في الاتصال المواجهي أو غير المباشر فيما يلي :
- مهارات الاتصال المواجهي :
- هي ذاتها مهارات الاتصال الكمي :
- [ المصادقية - وجود اهتمام مشترك - الجاذبية - الاستحواذ ]

#### • مهارات الاتصال غير المباشر :

- هي ذاتها أيضا مهارات الاتصال الجماهيري السالف الإشارة إليها وهي :
- [ المصادقية - وجود اهتمام مشترك - الاستحواذ - القدرة على التأثير - الشخصية القيادية ]

## مفهوم حارس البوابة : " Gate Keeper "

يستخدم مفهوم " حارس البوابة " " Gate Keeper " عند التعرض للاتصال الإعلامى الجماهيرى وبخاصة عند الحديث عن وسائل الإعلام الدولية.<sup>(٢٠)</sup>

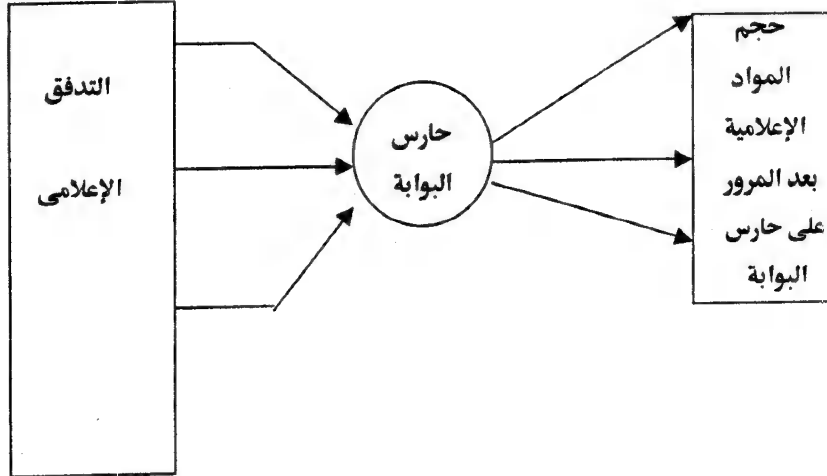
### تعريف حارس البوابة الإعلامية :

هو شخص مسئول أو جهة رقابية تتولى عملية فرز وفحص المعلومات والأخبار والبيانات والمواد الإعلامية التى يتم نقلها عبر وسائل الإعلام ، وحذف ما يراه منها مخالفا للنظام العام فى الدولة .

ويسود مفهوم " حارس البوابة الإعلامية " فى الدول غير الديمقراطية ؛ ذلك لأن الدول الديمقراطية تأخذ بنظام " التدفق الإعلامى الحر " وليس بنظام حارس البوابة . وبناءً على ذلك ، يتعاضد دور " حارس البوابة " فى المجتمعات المغلقة إعلاميا والدول الديكتاتورية ، ويقل هذا الدور فى الدول نصف الديمقراطية ، بينما ينعدم هذا النظام تماما فى الدول الديمقراطية .

والشكل التالى يوضح دور " حارس البوابة " :

<sup>(٢٠)</sup> جون . ر . بيتر ، الاتصال الجماهيرى ، ترجمة : عمر الخطيب ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٨٧ .



[ الشكل رقم (٩) حارس البوابة ]

فحارس البوابة إذن هو " المصفاة الإعلامية " التى يتم من خلالها تنقية وترشيح وتعديل وتهذيب وتحويل المواد الإعلامية ( المرئية والمطبوعة والمسموعة ) قبل وصولها إلى الجماهير ولا سيما المواد الإعلامية الخارجية ( الأجنبية ) .

ولكن ... التقدم التكنولوجى الهائل فى وسائل الإعلام بدد - فى العصر الحالى - مفهوم " حارس البوابة الإعلامية " ، وأنهى - إلى حد كبير - تأثيره المهم على حرية تدفق المعلومات والتحكم فى عملية عبورها من القائم بالاتصال أو المنتج الإعلامى إلى الجمهور . وبالتالي ، لم يعد فى مقدوره " حارس البوابة الإعلامية " القيام بوظائفه الرقابية على النحو الذى كان متاحاً له بالأمس القريب؛ لأن التطور المذهل فى التقنية الإعلامية قد أضعف - إلى حد كبير - مهمة " حارس البوابة الإعلامية " .

ومن أهم الأمثلة لهذه الوسائل التكنولوجية التي قضت على وظيفة " حارس البوابة " :

- البث التلفزيوني الفضائي عبر الهوائيات الفضائية .
- الإنترنت .

فليس في مكنة حارس البوابة ( فردا كان أم منظمة أو جهة رقابية) أن تقف حائلا ومراقبا ومتحكما في العلاقة الاتصالية بين المرسل والمستقبل عبر الإنترنت أو البث الفضائي الإذاعي أو التلفزيوني .

### ثالثا : من حيث القائم بالاتصال

يُنظر لنوعية الاتصال من جانب القائم بالاتصال ( المرسل ) نظرة تتوافق مع نوعية وسيلة الاتصال التي يستخدمها القائم بالاتصال .

وبناءً على ذلك ، ينقسم الاتصال - وفقا لهذا المعيار - إلى أربعة

أنواع رئيسة هي :

أ- الاتصال المطبوع :

ويقصد به الصحف والمجلات والكتب والدوريات .

ب- الاتصال المذاع :

ويقصد به الراديو والشرائط المسجلة .

ج- البث التلفزيوني :

ويقصد به الاتصال عبر التلفزيون .

د- البث الإلكتروني :

ويقصد به الاتصال عبر الإنترنت .

والاتصال عبر الإنترنت يتم بطريقتين :

الأولى : من خلال زيارة يقوم بها متلقى الاتصال للمواقع المختلفة على الإنترنت.

الثانية : من خلال البريد الإلكتروني الذي يتلقاه (المستقبل) ؛  
أى المتلقى للاتصال من الآخرين .

### مهارات الاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال

تختلف مهارات الاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال وفقا لنوعية الوسيلة الاتصالية التى يستخدمها وهى ما يطلق عليه "مهارات استخدام وسائل الاتصال " وهى :

**مهارات الاتصال المطبوع :**

يجب أن تتوافر فى الاتصال المطبوع المهارات التالية :

**(١) الإخراج الجيد للمطبوع :**

سواء كان المطبوع جريدة أو مجلة أو كتاب أو دورية ، يجب أن يحسن القائم بالاتصال المطبوع إخراج المطبوع على الصورة اللائقة والتى من شأنها لفت انتباه المتلقى للاتصال المطبوع واستحسانه لنوعية المطبوع وشكل الإخراج والذى يعتمد على عدة عناصر من أهمها :

[ الإخراج الطباعى - الألوان - الغلاف - نوعية الورق المستخدم

فى الطباعة - العناوين ..... الخ ]



### (٣) الاطار الدلالى :

يجب أن يتحقق مفهوم الاطار الدلالى فى عملية الاتصال المطبوع ( العبارات - الكلمات - المعانى المشتركة - المفاهيم الواحدة) بين القائم بالاتصال والقراء .

### (٣) ترتيب وتنظيم المادة المطبوعة :

إذ يجب أن تقدم الوجة الاتصالية المطبوعة فى صورة تشبع رغبات القراء وميولهم من حيث : التنوع - تلبية الاحتياجات المعرفية لدى القراء - التشويق .

### (٤) لغة الاتصال المطبوع :

يجب أن تتسم المادة المطبوعة بعدة خصائص من أهمها :  
[ الوضوح - الدقة - الموضوعية - السهولة - التشويق ]

### مهارات الاتصال المذاع :

يعتمد الاتصال المذاع على وسيلة واحدة فقط هى وسيلة الاستماع ، فالهدف النهائى للتأثير الإذاعى يصل إلى المستمع من خلال أذنيه ، ومن ثم يمكن تصور مهارات الاتصال الإذاعى فيما يلى :

### (١) الصوت :

يجب أن يكون " الصوت الإذاعى " مميزاً للمتلقى ( المستمع ) والصوت المميز يجب أن يتصف بالصفات التالية :  
[ القوة - الوضوح - الجاذبية ]

### (٣) الموسيقى :

الاتصال الإذاعي يعتمد إلى حد كبير على " التخيل الإدراكي " لدى المستمعين إذ أن كل فئة من فئات المستمعين تتخيل ما يصل إليها من كلمات أو عبارات على وجه خاص يختلف بطبيعة الحال عن إدراك الآخرين لهذا الصوت وللعبارات المذاعة ومن ثم يكون للموسيقى المنتقاه والمصاحبة للصوت الإذاعي تأثير كبير على المستمعين .

### (٣) الإخراج الإذاعي :

يؤثر فن الإخراج الإذاعي إلى حد كبير في نجاح عملية الاتصال الإذاعي على الوجه الذي يسعى إليه القائم بالاتصال الإذاعي ، ومن أهم مفردات الإخراج الإذاعي :

[ الصوت - الموسيقى - أسلوب التقديم - أسلوب العرض الإذاعي ]

### مهارات الاتصال التليفزيوني :

يتسم الاتصال التليفزيوني بعدة سمات من أهمها :

- الاستحواذ على المشاهدين .
  - لا يترك البث التليفزيوني فرصة للمشاهد أن يُمعن خياله ، فالإدراك التخيلي يكاد يكون معدوماً في الاتصال التليفزيوني .
  - الجاذبية ، إذ يعتمد الاتصال التليفزيوني على تأثير كلا من الصوت والصورة معاً .
- وبناءً على ذلك ، فإن أهم مهارات الاتصال التليفزيوني هي :

### (١) معيار الجمال :

طالما يعتمد الاتصال التليفزيونى على " الصورة " بصفة أساسية فلا بد وأن يتوافر العنصر الجمالى فى هذه الصورة الاتصالية ، ومن أهم مفرداتها :

[ جمال الصورة - جمال الديكور - جمال الأشخاص - الأناقة ]

### (٢) الجاذبية :

يجب أن تتوفر فى المادة التليفزيونية عناصر الجاذبية والتشويق لدى المشاهدين مثل :

[ التنوع فى بث المواد التليفزيونية - الحداثة والتجديد - اشباع رغبات المشاهدين - وجود صلة اتصالية بين القائمين على الاتصال التليفزيونى من جانب والمشاهدين من جانب آخر مثل برامج الرأى العام أو الحوار التليفزيونى الحى ] .

### (٣) مهارة الإبهار :

وعناصر الإبهار فى الاتصال التليفزيونى :

[ حسن الإخراج التليفزيونى - الألوان - الحركة - الأزياء - الموسيقى - التنوع - التجديد - ..... ]

### (٤) مهارة البث الحى :

هناك فرق كبير بين المواد التليفزيونية المسجلة ، والمواد التليفزيونية التى تبث من موقع الحدث والتى تسمى " البث الحى " ، ذلك أن البث الحى أكثر تأثيراً فى المشاهدين من البث المسجل ، وبناءً على ذلك يجب أن يتسم البث الحى بالصفات التالية :

- سرعة نقل الأحداث للمشاهدين من موقع الحدث فور حدوثه (مهارات إدارية).
- مهارة الإخراج التليفزيوني للمواد الحية (مهارات الإخراج التليفزيوني).
- البديهة الذهنية وسرعة التصرف السليم خاصة في المواقف غير المتوقعة أو الحرجة (مهارات المذيع).

#### مهارات الاتصال عبر الإنترنت :

وهي من المهارات المستحدثة باعتبار أن وسيلة الاتصال عبر الإنترنت من وسائل الاتصال المستحدثة وهي تعتمد على مجموعة مركبة من المهارات وهي :

[الثقافة العامة - فن الخطاب الاتصالي عبر الإنترنت - التقنية العالية ] .

#### رابعاً : من حيث المتلقى للاتصال

يمكن تصنيف نوعية الاتصال من جانب المتلقى للاتصال (المستقبل) ، وكيفية تلقيه واستيعابه لهذا الاتصال وفقاً للتصنيفات التالية والتي تمثل الصورة المقابلة للمعيار السابق (معيار القائم بالاتصال) :

أ- الاتصال المقروء :

هو الاتصال الذي تتحقق فيه العملية الاتصالية عن طريق "قراءة الرسالة الاتصالية بمعرفة المتلقى للاتصال (المستقبل) ، وهو يقابل - بطبيعة الحال - الاتصال المطبوع طبقاً للمعيار السابق .

#### ب- الاتصال المسموع :

وهو الاتصال الذى يتلقى فيه المتلقى ( المستقبل ) الرسالة الاتصالية عن طريق " السمع " ، وهو يقابل الاتصال المداع طبقا للمعيار السابق .

وبعد الاتصال المسموع هو الأكثر استخداما عن غيره من الأنواع الأخرى من الاتصالات بحيث يمكن لكل الناس تلقي الاتصالات بهذه الوسيلة التى تتواءم مع كل مستويات الجمهور ، حتى هؤلاء الذين يجهلون القراءة والكتابة ، وذلك بعكس الاتصال ( المطبوع أو المقروء ) الذى يتطلب معرفة المتلقى للاتصال للقراءة والكتابة ، وبالتالي لا يتمكن الشخص الأمى من استخدام وسيلة الاتصال المطبوعة أو المقروءة .

#### ج- الاتصال المرئى المسموع :

جرى العرف بين علماء وخبراء الإعلام على تسمية هذا النوع الاتصالى بـ " الاتصال المرئى " . والمقصود به - من وجهة نظرهم - هو الاتصال الذى يتم بين المرسل والمستقبل عبر وسيلة مرئية مثل : التلفزيون - السينما - الفيديو .

ولعل شيوع استخدام صفة " المرئى " لتصنيف هذه الوسائل يرجع إلى ثلاثة أسباب هى :

- لأن المشاهدة - من وجهة نظرهم - أهم من السمع .
- لأن الاستماع إلى الوسيلة ( المرئية المسموعة ) يعد أسلوبا ثانويا - من وجهة نظرهم - بجانب المشاهدة .

• للفرقة بينها وبين الوسيلة المسموعة .

ولكن المسمى العلمى لوسائل ( التليفزيون - السينما - الفيديو )  
هو الوسيلة المرئية المسموعة للأسباب التالية :

١. أن الجمهور يتلقى هذه الوسائل عن طريق المشاهدة والسمع معاً  
دون تغليب حاسة منهما على الأخرى .

٢. ارتباط الصورة الحركية التى يراها المشاهد مع الصوت المصاحب  
لهذه الصورة ارتباطاً لا يقبل التجزئة فى غالب الأحوال ، ويندرج  
الاعتماد على إحداهما دون الأخرى ؛ فقد يفضل البعض إلقاء صوت  
التليفزيون والاكتفاء بالمشاهدة فقط ، وقد يفضل البعض الاستماع  
إلى التليفزيون دون المشاهدة ، ولكنها حالات استثنائية ومحدودة .

٣. أن هذا المسمى يتفق مع كيفية تلقى المستقبل لهذه الوسيلة ؛ إذ  
يتلقاها بحاستى النظر والسمع معاً .

#### د - الاتصال المرئى المقروء :

وهو نوع جديد من الاتصال الحديث يعتمد على عنصرى  
المشاهدة والقراءة معاً ، ومثاله العلمى هو وسيلة " الإنترنت " ؛ إذ يجمع  
بين عنصرى المشاهدة والقراءة فى وسيلة واحدة .

#### مهارات الاتصال

#### من حيث المتلقى للاتصال

هى ذاتها مهارات الاتصال وفقاً لمعيار القائم بالاتصال السالف  
عرضها ، ذلك أن تصنيف الاتصال من حيث القائم بالاتصال هو ذاته

- من الوجهة المقابلة - تصنيف الاتصال من حيث المتلقى للاتصال وفقا لمعيار القائم بالاتصال [ المطبوع - المذاع - التليفزيوني - الإنترنت ] ، وهو وفقا لمعيار المتلقى للاتصال [ المقروء - المسموع - المرئي المسموع - المرئي المقروء ] .

### خامسا : من حيث موضوع الاتصال

نتبين - إلى حد كبير - أنواع الاتصالات بالنظر إلى موضوعاتها ؛ ذلك لأن الموضوعات الاتصالية تتعدد بشكل كبير لدى المجتمعات الحديثة .

ومن أشهر موضوعات الاتصال :

#### أ - الاتصال السياسي :

ما هو الاتصال السياسي ؟

يعرف أحد علماء الإعلام الاتصال السياسي بأنه :<sup>(١)</sup>

" ذلك الجزء من النشاط الاتصالي الذي تقوم به الهيئات المتخصصة في بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشؤون الحكومية " .

ومن أمثلة الاتصال السياسي :

المؤتمرات والندوات والمناظرات السياسية ، أو الموضوعات السياسية التي تبث أو تذاع أو تنشر عبر وسائل الاتصال المباشرة أو الجماهيرية .

<sup>(١)</sup> أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ، الكويت : دار القلم ، ١٩٧٤ .

**ب - الاتصال الثقافي :**

هو الاتصال الذي تقوم به الأجهزة الثقافية والإعلامية والذي يدور حول تنمية الثقافة بين الناس ، والتبادل والحوار الثقافي .

ومن أمثلة الاتصال الثقافي :

المسرح - السينما - المعارض الثقافية والفنية - الندوات والمحاضرات الثقافية والأدبية .

**ج - الاتصال الاقتصادي :**

وهو الاتصال الذي يقوم به رجال الاقتصاد أو المؤسسات والهيئات والشركات الاقتصادية ، ويتعلق بالتنمية الاقتصادية أو التبادل والتسويق والإنتاج الاقتصادي .

ومن أمثلة الاتصال الاقتصادي :

- المعارض والأسواق والمنتديات الاقتصادية .
- الإعلانات في كافة صورها وأشكالها وأنواعها .
- وسائل الإعلام الاقتصادية " المتخصصة " مثل المجالات الاقتصادية .

**د - الاتصال الديني :**

وهو الاتصال الذي يقوم به رجال الدين والدعاة أو المؤسسات الدينية لنشر المعتقدات والأفكار الدينية ، وتكوين اتجاهات الناس ، وتوجيههم سواء في مجال الفكر أو الأخلاق ، وتنظيم علاقاتهم بسائر



الموجودات التي تحيط بهم ليروا كافة المتغيرات التي تكتنف حياتهم من خلال هذا المنظور.<sup>(٢٢)</sup>

ومن أمثلة وسائل الاتصال الدينى :

- دور العبادة ، وخاصة المساجد والجوامع .
- المؤتمرات والندوات والمحاضرات واللقاءات الدينية .
- الأفلام والشرائط الدينية " المسجلة " .
- وسائل الإعلام الدينية المتخصصة مثل : المجلات الدينية - قنوات التلفزيون الدينية - محطات الإذاعة الدينية .

#### هـ - الاتصال الاجتماعى :

وهو الاتصال الشخصى الذي يمارسه الإنسان مع ذويه .

ومثال الاتصال الاجتماعى :

علاقات الأسرة والعائلة والأصدقاء والزملاء .

ومن أشهر نماذج الاتصال الاجتماعى :

- الخطبة والزواج .
- العلاقات الاجتماعية العامة والخاصة .
- الشراكة بين الزملاء أو الأصدقاء أو الجيران فى موضوعات اجتماعية .

<sup>(٢٢)</sup> محيى الدين عبد الحليم ، رأى العام فى الإسلام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٠ .

#### و - الاتصال الرياضي :

وهو الاتصال الفردي أو الاقليمي أو الدولي الذي يتعلق بالتنافس الرياضي وتنمية المهارات الرياضية وصقل الثقافة الرياضية بين ممارسي وجماهير الرياضة .

ومن أمثلة وسائل الاتصال الرياضي :

- وسائل الإعلام الرياضية المتخصصة مثل : الصحف والمجلات الرياضية ، وقنوات التليفزيون ومحطات الإذاعة الرياضية .
- اللقاءات والمنازلات والمسابقات والتجمعات الرياضية .
- المناسبات والدوريات الرياضية مثل دورات الألعاب الأولمبية .

#### ز - الاتصال العاطفي :

وهو العلاقات بين الأفراد والتي تتضمن الاتجاهات والميول والانحيازات النفسية والمعنوية تجاه " الآخر " .

ومن أمثلة الاتصالات العاطفية :

- علاقات الأسرة والعائلة .
- علاقات الجوار والسكن .
- علاقات الصداقة والزمالة .
- علاقة الإنسان بالجنس الآخر .

## مهارات الاتصال وفقا لمعيار موضوع الاتصال

عرضنا فيما سبق لأهم موضوعات الاتصال وهى :  
[ الاتصال السياسى .... الثقافى ..... الاقتصادى ..... الدينى .....  
الاجتماعى .... الرياضى ..... العاطفى ]  
ونعرض فيما يلى لأهم المهارات الاتصالية لكل نوع منها :

### مهارات الاتصال السياسى :

يمكن النظر إلى مهارات الاتصال السياسى من خلال منظورين :  
المنظور الأول : فن الممارسة السياسية .  
المنظور الثانى : مهارات الاتصال الانتخابى .

### (أ) فن الممارسة السياسية :

تعتمد مهارات فن الممارسة السياسية على مجموعة من الأساليب  
" العلمية والعملية " والتي تتطلب من القائم بالاتصال السياسى عددا من  
المهارات والخبرات المتعددة ، ومن أهم هذه الأساليب :<sup>(٢٣)</sup>  
• أسلوب النموذج :

وهو عبارة عن " بناء فكرى " يمثل المواقف المادية المتاحة أو  
المتوقعة ، إذ قد يكون هذا النموذج الشئائى حقيقى أو افتراضى  
وبالتالى يعبر هذا النموذج عن المثل الأعلى المراد تحقيقه أو النمط  
الذى يرجى اتباعه .

<sup>(٢٣)</sup> محمد نصر مهنا ، وعبد الرحمن الصالحى ، علم السياسة بين التطوير والمعاصرة ، الإسكندرية : منشأة المعارف ،  
١٩٨٥ .

ومن امثلة النماذج السياسية : نموذج أفلاطون فى الدولة المثالية ،  
ونموذج أرسطو فى الدساتير المثالية للمجتمعات المختلفة .

#### • أسلوب المحاكاة :

وهو عبارة عن محاولة إنتاج المظاهر المختارة من النظام سواء كان ذلك فى معمل أو فى موقف تجريبى ، ويمكن استخدام أشخاص حقيقيين أو عقول اليكترونية لتنفيذ أسلوب المحاكاة . ويعتمد هذا الأسلوب على خلق بيئة مناسبة وموازية وعلى الشخص المحاكى أن يستوعب كافة المتغيرات والعوامل المؤثرة فى البيئة السياسية كى يتمكن من تقديم الحلول والمقترحات المناسبة وفقا لأسلوب المحاكاة.

#### • أسلوب التفاوض :

تعتمد مهارات أسلوب التفاوض السياسية على عدة تكتيكات مهارية من أهمها :

- تكتيك الضغط السياسى .
- تكتيك الحصار السياسى .
- تكتيك الخطوة خطوة .
- تكتيك أجندة التفاوض .
- تكتيك كروت التفاوض .
- تكتيك الصياغة .

• أسلوب المماريات :

ويسمى هذا الأسلوب - غالبا - بنظرية المماريات وملخص هذه النظرية أن القيمة = صفر ، ومعناها أن ما يخسره الطرف "أ" فى عملية إدارة الصراع - أيا كان نوع الصراع - يساوى تماما وبنفس القدر والقيمة ما يكسبه الطرف "ب" دون زيادة أو نقصان .

(ب) مهارات الاتصال الانتخابى :

من أهم الممارسات السياسية - على المستوى الشخصى - هو الاتصال الانتخابى والذى يعتمد اعتمادا أساسيا على الدعاية الانتخابية .

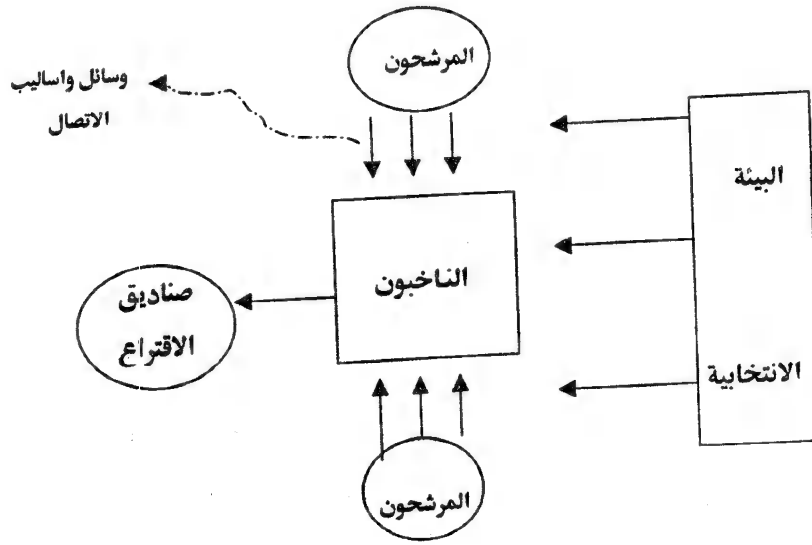
تعريف الدعاية الانتخابية : (٢٤)

هى الأنساق الاتصالية المباشرة وغير المباشرة التى يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة بهدف تحقيق الفوز فى الانتخابات عن طريق الحصول على أكبر عدد من أصوات الهيئة الناخبة .

نموذج الاتصال الانتخابى : (٢٥)

يوضح الشكل التالى مفردات نموذج الاتصال الانتخابى :

(٢٤: ٢٥) محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية (دراسة نظرية وتطبيقية) ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .



[ الشكل رقم (١٠) نموذج الاتصال الانتخابي ]

لكي يحقق المرشح السياسي أهدافه عن طريق الحصول على أكبر عدد ممكن من أصوات الهيئة الناخبة ، يجب عليه أن يتصف بالعديد من المهارات الاتصالية التي تحقق له الهدف المنشود وذلك عن طريق استمالة واقناع الناخبين الذين ينقسمون إلى ثلاث فئات هي :  
فئة المؤيدين :

وهم الموالون للمرشح ، وينقسمون إلى ثلاثة مستويات :

- الأنصار والمعاونون ( الدائرة الأولى المحيطة بالمرشح ) .
- المؤيدون بشدة ( الدائرة الثانية ) .
- المؤيدون ( الدائرة الثالثة ) .

فئة المحايدين ( صفر ) :

وتنقسم هذه الفئة إلى نوعين :

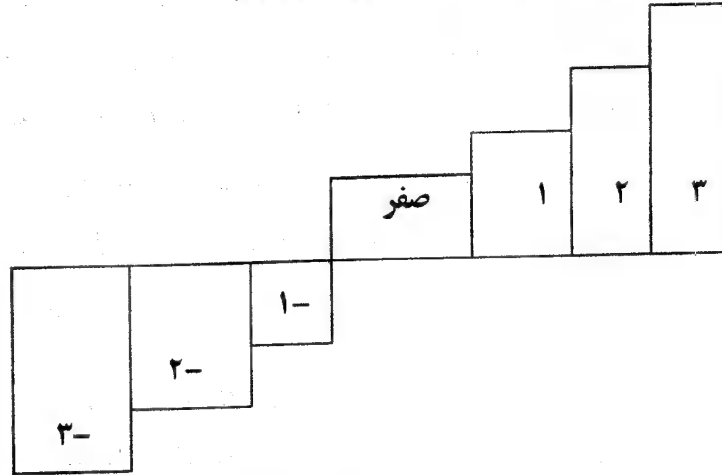
- المحايد الايجابي :  
وهو من لديه نية المشاركة في الانتخابات ولكنه لم يحدد موقفه الانتخابي بالنسبة للمرشحين .
- المحايد السلبي :  
وهو فئة العازفين عن المشاركة في الانتخابات .

#### فئة المعارضين :

وتنقسم هذه الفئة بدورها إلى ثلاث مستويات :

- المعارض ( ١ - )
- المعارض بشدة ( ٢ - )
- أنصار ومعاوني الخصم ( ٣ - )

ويوضح الشكل التالي فئات الناخبين ومستوياتهم :



[ الشكل رقم (١١) فئات الناخبين ومستوياتهم ]

قد يبدو هذا الجدول التدريجي في غاية اليسر والسهولة إذا ما كان التنافس الإيجابي بين شخصين فقط ، ولكن تزداد الصعوبة والتعقيد عندما يكون التنافس بين عدة أشخاص وتتفاقم الصعوبة كلما زاد عدد المرشحين المنافسين ، فبالنسبة للمؤيدين فهم لا يثيرون أى مشكلة ، ولكن تثار وتتعدد أشكال الاتصال الانتخابي عندما تتعدد اتجاهات المعارضين فتتعدد تبعاً لذلك فئات هذا الاتجاه فيكون على المرشح مواجهة عدة فئات من المعارضين .

ويسعى المرشح إلى توسيع اتجاه المؤيدين له خاصة فئة ( المؤيد "أ") فتلك الفئة من بين اتجاه المؤيدين هي التي يمكن أن تكون هدفا لحملات المرشحين المنافسين ومن ثم يجب على المرشح عدم الارتكان إلى تسكينهم بالفئة (أ) والعمل على زيادة درجة تأييدهم وذلك بتحويلهم إلى مؤيدين بشدة ( فئة ٢ ) على الأقل أو إدخالهم في فئة الأنصار والمعاونيين ( ٣ ) ، أما بالنسبة لاتجاه المحايدون - خاصة المحايد السلبي - فهي لا تختلف سواء كان المرشحون اثنين أو أكثر ، ولكن تثار المشاكل بالنسبة لفئات المعارضين ( المعارض - ١ ) أو ( المعارض بشدة - ٢ ) أو ( معاوني وأنصار الخصوم - ٣ ) فهي تتعدد بتعدد المرشحين المنافسين .

#### مهارات الإقناع الانتخابي :

وفقاً للشكل التوضيحي للاتجاهات الثلاثة لهيئة الناخبين ( المؤيدون - المحايدون - المعارضون ) والدرجات الثلاث لكل اتجاه منها فإنه يمكن تحديد مراحل استمالة الناخبين وفقاً لما يلي :



#### المرحلة الأولى :

مرحلة توسيع دائرة الأنصار والمعارضين وهي أهم المراحل في الاستمالة وذلك أن الأنصار والمعاونين يشكلون الأساس الذي تبدأ منه خطط الاستمالة وبقدر ما تتسع دائرة الأنصار والمعاونين بقدر ما يحقق الاتصال الانتخابي أهدافه ، ويقصد باتساع تلك ( الدائرة الأولى ) :

- الاتساع الكمي : بزيادة عدد الأعضاء والمعاونين .

- الاتساع الكيفي : ويتمثل في شدة التأييد .

وتدور أهداف هذه المرحلة حول تحويل أكبر عدد ممكن من المؤيدين ( فئة ١ ) إلى مؤيدين بشدة ( فئة ٢ ) ، والمؤيدين بشدة إلى فئة الأنصار والمعاونين ( فئة ٣ ) .

#### المرحلة الثانية :

وهي المرحلة التي تستهدف تحويل فئة المحايدين الإيجابي ( صفر ) إلى فئة المؤيد ( ١ ) ، وتتضمن هذه المرحلة عمليتي تحويل للاتجاهات هي :

× تحويل فئة المحايدين الإيجابي ( صفر ) الذي لديه ميل للانضمام للمرشح إلى فئة المؤيد ( ١ ) .

× تحويل فئة المحايدين الإيجابي ( صفر ) والذي لديه ميل للانضمام إلى المنافس وتغيير اتجاهه لصالح المرشح .

#### المرحلة الثالثة :

وتنصب جهود هذه المرحلة على فئة المحايدين السلبي ( صفر ) ، وتعد من أهم مراحل الاتصال الإقناعي الانتخابي للأسباب التالية :

• تقسم هذه الفئة - غالبا - بكثرة أعداد المنتمين إليها سيما في ظل وجود ظاهرة العزوف السياسي بوجه عام .

• هي الفئة الحاسمة في تحقيق الفوز في الانتخابات ، لأنها هي الدائرة - الوسط - التي تصب فيها مختلف وسائل وأساليب دعايات كل المرشحين إذ يفترض ثبات كل من اتجاه المؤيدين " بفئاته الثلاث " واتجاه المعارضين ( بفئاته الثلاث ) منذ بداية الحملات الانتخابية لكل المرشحين . فغالبا ما يدور الصراع الانتخابي بين المنافسين حول استمالة هذه الفئة ، ويحكم الصراع - هنا - أسلوب مهم من أساليب إدارة الصراع السالف ذكرها وهو أسلوب القيمة المحددة Sum-Fixed أو القيمة صفر Zero-Sum وهو ما يعرف أيضا بنظرية القمار أو نظرية الألعاب Game theory ومؤداه أن ما يخسره الطرف الأول يكسبه - بالضرورة - الطرف الثاني ، ذلك أن كل الأرباح في نظر كل الأطراف = صفر ( مثل ألعاب البوكر والبريدج والتوقعات ..... وغيرها ) فأى شئ يفيد أحد المنافسين ولو نسبيا يكون بالضرورة ضارا بذات الدرجة للشخص الآخر .

#### شروط الاتصال الاقناعي الانتخابي: (٣٦)

- (١) أن يكون اتصالا هادفا .
- (٢) أن يكون مفهوما لدى الهيئة الناجبة ( العبارات - الرموز - الشعارات ) .
- (٣) مصداقية ومعقولية مضمون الاتصال ( أى قابلية البرامج الانتخابية للتنفيذ ) .

(٣٦) محمد كمال القاضي ، الدعاية الانتخابية ، المرجع السابق .

- (٤) تنوع وتكامل وسائل وأساليب الاتصال المستخدمة .
- (٥) ملائمة وسائل وأساليب الاتصال للبيئة الانتخابية .
- (٦) توافق البرنامج الانتخابي مع رغبات وآمال الناخبين .
- (٧) تميز الاتصال الانتخابي عن غيره من اتصالات المرشحين المنافسين وذلك من حيث :

• شكل الاتصال : ( مدى حدائته )

• مضمون الاتصال : ( موضوعات الاتصال )

### مهارات الاتصال الثقافي :

تعتمد مهارات الاتصال الثقافي على مجموعة من المفردات هي :

#### • اللغة :

إن مدى إنتشار لغة ما بين شعوب العالم يعتبر المقدمة الأولى والأساسية في مهارات الاتصال الثقافي بين الدول ، وعلى هذا الأساس يدور الحديث الآن عن مفهوم " الاستعمار الثقافي " كبديل متطور لمفهوم " الاستعمار السياسي " " والاستعمار العسكري " . لذلك تلجأ كثير من الدول إلى إقامة معاهد تعليم لغتها القومية في كثير من الدول الأخرى لزيادة عدد المتحدثين بهذه اللغة ، ومن ثم العمل على توسيع الرقعة الثقافية للدولة .

#### • الترجمة :

إن الترجمة هي البديل الوحيد لصعوبة انتشار اللغات بين الناس ، إذ تقوم الترجمة بدور مهم وفعال في إنجاح الاتصال الثقافي بين الدول والمجتمعات المختلفة .

### • المنتديات الثقافية الدولية :

مثل المؤتمرات والندوات والحلقات الثقافية والاحتفاليات والمناسبات الثقافية المتعددة ، إذ تعتبر من أهم مفردات السوق الاتصال الثقافي الدولي بين الدول والمجتمعات والافراد .

### مهارات الاتصال الاقتصادي :

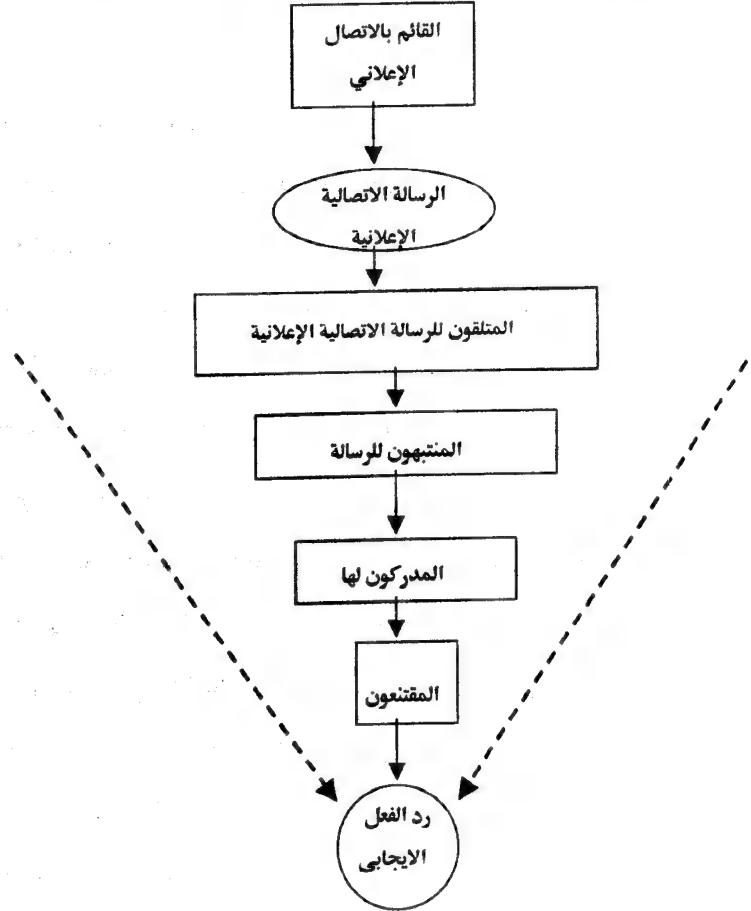
تتعدد إلى حد كبير مجالات الاتصال الاقتصادي كما تتشعب موضوعات الاتصال الاقتصادي بتشعب آليات العلاقات الاقتصادية سواء بين الدول بعضها البعض أو بين المجتمعات والافراد .

ومن أهم مجال الاتصال الاقتصادي هو " الاتصال الإعلاني " ، ويهدف الاتصال الإعلاني إلى تحقيق هدف واحد هو " رد الفعل الإيجابي من جانب المتلقين نحو الرسالة الإعلانية " أي قبول الرسالة الإعلانية والاقتناع بها اقتناعا إيجابيا ، وتدرج مدى إيجابية رد الفعل الاتصالي الناتج عن العملية الاتصالية الإعلانية طبقا للتدرج المعرفي التالي :

- مرحلة الانتباه إلى القائم بالاتصال الإعلاني والالتفات إلى رسالته الاتصالية .
- مرحلة فهم الرسالة الاتصالية وإدراك معانيها ومقاصدها على النحو الذي يريده القائم بالاتصال الإعلاني .
- مرحلة الاقتناع بمضمون الرسالة الاتصالية ، وقد يكون هذا الاقتناع أوليا ، أو عن طريق تغيير الاتجاهات الفكرية أو تعديلها أو إبدالها .

- مرحلة التأثير الايجابي أو رد الفعل " المادى " الناجم عن الاقتناع  
الفكرى بمحتوى الرسالة وأهميتها وأهدافها .

والشكل التالى يوضح مراحل الاتصال الايجابى الأربعة :



[ الشكل رقم (١٢) التدرج الاقتناعى الاتصالى ]

وبلاحظ من هذا الشكل التوضيحي " للاتصال الإعلانى  
الايجابى " الملاحظات التالية :

• التدرج الهرمى :

إن الهدف النهائى للقائم بالاتصال الإعلانى لا يتحقق دفعة واحدة  
وإنما - كى يؤتى ثماره - لابد أن يمر بعدة مراحل متعاقبة حتى يصل  
إلى غايته الاقناعية وهى مراحل :

[ الانتباه - الفهم - الإدراك - الإقناع ]

• التناقض التدرجى :

لا يتحقق الهدف النهائى للقائم بالاتصال الإعلانى بالنسبة إلى المتلقين  
( كل ) المتلقين أو حتى ( أغلبهم ) لأن اعداد المتلقين تتناقص -  
تدرجيا - خلال مراحل التأثير الاتصالى الأربعة حتى تصل إلى عدد  
غير كبير من المتلقين .

وتتوقف شدة الاتصال - بمعنى التأثير الايجابى لأعداد المتلقين الذين  
يصدر عنهم رد الفعل الايجابى - على عدة عوامل من أهمها :<sup>(٢٧)</sup>

(١) المدخل الاتصالى أى أسلوب التعرف على المتلقى والتقرب  
منه " الاقتراب الإعلانى الاتصالى " .

(٢) شخصية المرسل ، وصفاته ، وخبراته ، ومهاراته الاتصالية ،  
ومدى ما يتمتع به من جاذبية ، ومصداقية وحسن القبول من  
جانب المتلقين .

(٣) المرجعية المعرفية للمتلقين نحو موضوع الرسالة وعناصرها :  
المعرفة القبلية - الصورة الذهنية - البيئة المنافسة .

<sup>(٢٧)</sup> محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية ، المرجع السابق .

- (٤) صدق الرسالة الاتصالية ووضحها .  
(٥) حياد الرسالة الاتصالية الإعلانية .  
(٦) موضوعية الرسالة الاتصالية الإعلانية .  
(٧) ملائمة وسيلة الاتصال الإعلان للبيئة الإعلانية الاتصالية .  
(٨) كفاءة ومهارة أسلوب الاتصال .  
(٩) حداثة تكتيكات الاتصال وبراعتها .  
(١٠) شدة الاستمالات وتأثيرها الإيجابي على المتلقى وهي :  
▪ الاستمالات العاطفية .  
▪ الاستمالات النفسية والوجدانية .  
▪ الاستمالات العقلية .  
(١١) الاحتياج المعرفي أو المادي لمحتوى الرسالة الاتصالية الإعلانية .

#### مهارات الاتصال الديني

يعتمد " الاتصال الديني " خاصة في مجال الدعوة الإسلامية على مفردات مهارية تختلف - بطبيعة الحال - عن المهارات الاتصالية الأخرى . ومن أهم مهارات الاتصال الديني :

##### (١) السلوك الحسن :

إن الاتصال الديني الفعال هو الاتصال الذي يعتمد على الأفعال قبل الأقوال لأن الدين الإسلامي هو في المقام الأول سلوك إنساني حميد.

سواء سلوك المسلم نحو المسلم أو سلوك المسلم نحو غير المسلم بل يمتد ليشمل سلوك المسلم مع غير البشر كالحيوانات والطيور والزرع ..

#### (٢) القدوة المسنة: (٣٨)

تمثلت القدوة الحسنة بجلاء في محمد بن عبد الله (ص) وخاتم الأنبياء ، إذ قال فيه الله سبحانه وتعالى :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۖ

سورة الأحزاب ، الآية (٢١)

لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ

سورة التوبة ، الآية (١٢٨)

وكان الرسول " صلى الله عليه وسلم " يختار الدعاة ممن يتوافر عندهم العلم بالكتاب والسنة والبصيرة الاجتهادية إذ كان محمدا (ص) يعرف مزايا رجاله ويكلف كل واحد منهم بما يتفق مع قدراته البدنية والعقلية .

ومن أمثلة ذلك :

- اختيار الرسول (ص) للصحابي "مصعب بن عمير" ليكون داعيته إلى أهل المدينة .

(٣٨) محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والاعلام في الاسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) ، ١٩٨٩ .



- إيفاد الرسول (ص) الصحابي الجليل " جعفر بن أبي طالب " إلى النجاشي ملك الحبشة .
- إرسال " عمرو بن العاص " سفيراً له (ص) إلى عمان .
- تكليف الصحابي " معاذ بن جبل " لنشر الدعوة الإسلامية في منطقة اليمن .

### (٣) الدعوة بالحسنى :

لا تقوم الدعوة الإسلامية على العنف أو القتل كما يتطرف بعض المسلمين وكما يدعى بعض غير المسلمين ، وإنما تقوم الدعوة الإسلامية على الإقناع العقلي وعلى الحسنى ، ويؤكد هذا المعنى الآيات القرآنية التالية :

﴿ وَلَا تَجِدُ لَوَ أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِآلِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾

سورة العنكبوت ، الآية (٤٦)

﴿ ١٢٤ ﴾ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَحَدِّثْ لَهُم بِآلَتِي هِيَ أَحْسَنُ

سورة النحل ، الآية (١٢٥)

﴿ ٧٠ ﴾ وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

سورة التوبة ، الآية (٧١)

﴿ ١٨ ﴾ وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَأَمَنَّ مِنَ فِي الْأَرْضِ كُلَّهُمْ جَمِيعًا أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّى يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ

سورة يونس ، الآية (٩٩)

﴿١٠٧﴾ قُلْ يَأَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنِ اهْتَدَى فَإِنَّمَا يَهْدِي لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِوَكِيلٍ ﴿١٠٨﴾

سورة يونس ، الآية (١٠٨)

﴿٥٥﴾ إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿٥٦﴾

سورة القصص ، الآية (٥٦)

فَمَنْ يُرِدِ اللَّهُ أَنْ يَهْدِيَهُ يَشْرَحْ صَدْرَهُ لِلْإِسْلَامِ وَمَنْ يُرِدْ أَنْ يُضِلَّهُ يَجْعَلْ صَدْرَهُ ضَيِّقًا حَرَجًا كَأَنَّمَا يَصْعَقُ فِي السَّمَاءِ ﴿١٢٥﴾

سورة الأنعام ، الآية (١٢٥)

#### (٤) البلاغة : (٣٩)

ومن مفردات البلاغة :

x اللغة القوية السليمة .

x الجناس : وهو تماثل الكلمتين أو تقاربهما في اللفظ واختلافهما في المعنى .

x الطباق : أو المطابقة ، وهو عرض المتضادات في نسق مؤتلف يثير الانتباه .

مثل ( قول الرسول ص ) :

" فيأخذ العبد من نفسه لنفسه ومن دنياه لأخرته ومن الشبية للكبر ومن الحياة للممات " .

(٣٩) محمود يوسف ، المرجع السابق .

- x ضرب الأمثال للتدليل على صدق الروايات والعبارات .
- x السجع : وهو توافق الفاصلتين من النثر أو النظم على حرف واحد .
- x تنوع الحديث بين أسلوبى الخبر والإنشاء .
- x الأسلوب القصصى .
- x الاستشهاد بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية ، وأحيانا بالشعر .

#### (٥) المصدقية: (٣٠)

يُشترط فيمن ينقل الدعوة أن يكون له رصيد من الثقة لدى الناس ، وهذا ما يطلق عليه في علم الاتصال "مصدقية المصدر" ، أو قابلية المصدر للتصديق ، فالرسائل الاتصالية التي يتم بثها من مصادر عالية التصديق تزيد من إقناعية الرسالة ذاتها ، فالناس يكونون غير راغبين في تقبل الأفكار من مصادر غير موثوق بها سواء كانت أفرادا أو مؤسسات ، وتصور المتلقى للمصدر أو القائم بالاتصال يلعب دورا أساسيا في تحديد نتائج عملية الإقناع ، فالمصادر التي يعتبرها الجمهور صادقة ومصدر ثقة تسهل عملية الإقناع . ولهذا يكون المصدر الذي يحظى بالثقة والاحترام أكثر قدرة على تحقيق الإقناع .

#### (٦) المرجعية الدينية السليمة :

يجب على الداعية الإسلامى أن يتوفر له المرجعية الدينية الصحيحة ، ومن مفردات هذه المرجعية الدينية :

(٣٠) محمود يوسف ، المرجع السابق .

(أ) الرجوع إلى الكتاب والسنة لا التعصب لمذهب :

فكتاب الله " القرآن الكريم " وسنة رسوله (ص) هي المرجع الأساسي للدين الإسلامي وللدعاة الإسلاميين ، وفي هذا قال الإمام مالك :

[ كل إنسان يؤخذ من كلامه ويترك إلا صاحب هذا القبر (ص) ]

ويؤكد نبذ التعصب الديني قول الإمام الشافعي :

[ رأيي صواب يحتمل الخطأ ، ورأي غيري خطأ يحتمل الصواب ]

(ب) التيسير ورفع الحرج :<sup>(٣١)</sup>

يجب على الداعية أن يتخذ " التيسير " منهجا له ولا يحسن أن يتبنى أشد الآراء تزمنا ثم يشكو من عدم الاستجابة .

وآيات القرآن الكريم تدل على هذا المعنى :

يُرِيدُ اللَّهُ يَكُفِّرَ بَكُمْ أَلَيْسَ تَعْلَمُونَ وَلَا يُرِيدُ اللَّهُ الْغَلَظَةَ

سورة البقرة ، الآية (١٨٥)

هُوَ أَجْتَبَنَكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ

سورة الحج ، الآية (٢٨)

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

سورة الأنبياء ، الآية (١٠٧)

ويقول عليه الصلاة والسلام : [ إن الله لم يعثني معنئا ولا متعنتا ،

ولكن بعثني معلما ميسرا ] .

(٣١) مصطفى ملانكة ، في أصول الدعوة " مقتبسات من كتب د. يوسف القرضاوى " ، القاهرة : مكتبة وهبة ، ١٩٩٩ .

وحين بعث الرسول (ص) الصحابين ( أبو موسى الاشعري ومعاذ بن جبل ) إلى اليمن أو صاهما بوصية موجزة جامعة :  
" يسرا ولا تعسرا ، وبشرا ولا تنفرا "

كما قال (ص) :

" إن الله يحب أن تؤتى رخصه ، كما يكره أن تؤتى معصيته "

(ج) مراعاة سنة التدرج :

عندما أوصى الرسول (ص) معاذ بن جبل عندما بعثه سفيرا إسلاميا وداعية إلى اليمن قال له :  
" لتكن أول ما تدعوهم إليه شهادة أن لا إله إلا الله وأنى رسول الله ، فإن هم أطاعوا لذلك فأعلمهم أن الله افترض عليهم خمس صلوات في كل يوم وليلة فإن هم أطاعوا لذلك فأعلمهم أن الله افترض عليهم صدقة تؤخذ من أغنيائهم وترد إلى فقرائهم " وهكذا كان الرسول (ص) يعلم أصحابه أن يأخذوا بسنة التدرج التي هي سنة الله في الحياة والوجود كله .

**مهارات الاتصال الاجتماعي والعاطفي :**

إن مهارات الاتصال الاجتماعي في كافة أشكاله ، والاتصال العاطفي في كل صورة تعتمد اعتمادا أساسيا على فنون وأساليب العلاقات العامة باعتبار أن العلاقات العامة في معناها - البسيط والعملية - هي " فن التعامل مع الآخرين " ، وبهذا تعتبر العلاقات العامة أحد المداخل المؤدية إلى النجاح في كل مجالات الحياة ومستوياتها .

ومن أساليب العلاقات العامة :

• القول المذهب :

أو القول اللين ، وعدم استخدام العنف في العبارات أو الكلمات التي تسيء للآخرين ، وليس أدل على ذلك من قول الله سبحانه وتعالى لرسوله ( سيدنا موسى وأخيه هارون ) عندما بعثهما إلى فرعون :

﴿٤٢﴾ أَذْهَبَ أَنْتَ وَأَخَوَاكَ إِنِّي وَلَا نَبِيَّاءُ فِي ذِكْرِي ﴿٤٣﴾  
أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٤﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا  
لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٥﴾

سورة طه ، الآيات (٤٢، ٤٣، ٤٤)

فعلى الجانب الأول : سيدنا موسى " كليم الله " مزود بتسع آيات (معجزات) من الله سبحانه وتعالى ومعه أخوه هارون يشدد من أزره .

وعلى الجانب المقابل : فرعون ، الحاكم الطاغى ، الكافر

ومع ذلك يأمر الله سبحانه وتعالى رسوله " سيدنا موسى " أن يتكلم مع فرعون بأسلوب مهذب ( لين ) ، وفي هذا المثل القرآني قدوة في الحديث لمن يريد أن يقتدى بالحق .

• المصادقية :

فالكذب والمبالغة والتهويل يفقد الانسان مصداقيته واحترامه عند الآخرين ، كذلك التناقض بين الأقوال التي يبديها الانسان والأفعال التي يؤتيها .

• الصراحة :

فكلمة الحق مهما كانت هي أفضل السبل إلى اكتساب احترام الآخرين وتأييدهم وهي من علامات قوة الشخصية والعكس صحيح بطبيعة الحال .

• **الثبات على المبدأ :**

إن التمسك بالمبادئ والقيم النبيلة وعدم الحياد عنها تحت أى ظرف من الظروف من أهم فنون العلاقات العامة فى معناها العملى ، فالإنسان الذى لا يغير مبادئه وقيمه مهما تعرض من ضغوط ومهما قوبل من إغراءات مادية أو معنوية هو الإنسان القوى الذى يحظى باحترام الآخرين وإعجابهم وإقتناعهم به .

• **التمسك بالجانب الإنسانى فى العلاقات العامة :**

ويتمثل فى الالتزام بالسلوكيات والمبادئ الإنسانية وتغليبها على الماديات خاصة فى العلاقات الاجتماعية والعاطفية .

**سادسا : من حيث المنظور الحديث للاتصال ( الحداثة )**

يمكن - أيضا - تصنيف أنواع الاتصالات وفق معيار ( الحداثة أو

التقليدية ) على النحو التالى :

**أ - الاتصال التقليدى ( التاريخى ) :**

وهو الاتصال الذى كان يتم عبر وسائل اتصال تقليدية أو بدائية -

بالنظر إلى الوسائل الحديثة - شل :

النار والدخان - الطبول - الإشارات - الرايات .

**ب - الاتصال الحديث :**

والمقصود به المرحلة المتوسطة بين وسائل الاتصال التقليدية من

ناحية ، ووسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة من ناحية أخرى .

والمثل الشائع لوسائل الاتصال الوسيطة :  
الصحف والمجلات - السينما - الإذاعة - التلفزيون .  
ج - الاتصال التكنولوجي :

وهو الاتصال الذي يعتمد على وسائل تكنولوجية حديثة مثل " الإنترنت " .

### **سابعاً : من حيث معيار الشرعية**

يمكن أيضاً تصنيف الاتصالات وفقاً لمعيار الشرعية إلى نوعين من الاتصالات :

#### **أ - الاتصال الشرعي :**

وهو الاتصال الذي يتم في إطار الشرعية الدستورية للدولة ، ولا يخالف القوانين واللوائح المنظمة لعملية الاتصال الإنساني .

#### **ب - الاتصال غير الشرعي :**

أو غير القانوني ، وهو الاتصال الذي يخرج عن إطار الشرعية الدستورية للدولة ، ويخالف القواعد القانونية واللوائح المنظمة لعملية الاتصال الإنساني .

ومن أمثلة الاتصالات غير الشرعية ( غير القانونية ) :

- الاتصال بالدول المعادية ( أعمال الجاسوسية ) .
- الاتصالات التي تستهدف ارتكاب الجرائم : العصابات - الشراكة في ارتكاب الجرائم - التحريض على مخالفة القوانين .



- إصدار وإذاعة وبث وسائل اتصال جماهيرية دون الحصول على الموافقات (من الحكومات) اللازمة .

### **ثامنا : من حيث المنظور الأخلاقي**

تصنف الاتصالات - كذلك - وفقا للمنظور الأخلاقي إلى نوعين

من الاتصالات :

#### **أ - الاتصال الأخلاقي :**

وهو الاتصال الذي يتوافق مع القيم الأخلاقية والقواعد الدينية وعادات المجتمع وتقاليده المتوارثة والسائدة في المجتمع ، مثل تنويع العلاقة العاطفية بين الرجل والمرأة بالزواج الشرعي .

#### **ب - الاتصال غير الأخلاقي :**

وهو الاتصال الذى يخالف القيم الأخلاقية ويتعارض مع القواعد الشرعية الدينية ويتعارض مع العادات والتقاليد السائدة في المجتمع .

ومن أمثلة الاتصال غير الأخلاقي :

- الاتصالات البشرية التى تخالف القيم الدينية فى المجتمع .
- الاتصالات البشرية التى تتعارض مع القواعد الأخلاقية والعادات والتقاليد السائدة فى المجتمع .
- الاتصالات التى تستهدف ارتكاب الجرائم والمعاصي .
- الاتصالات البشرية التى يكون محورها الدسيسة أو النميمة أو الوقعة بين الناس .

## تاسعا : من حيث الهدف من الاتصال

يمكن تقسيم نوعية الاتصال وفق الهدف الذي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقه إلى الأنواع التالية :

### أ - الاتصال التسويقي :

وهو الاتصال الذي يهدف إلى تسويق سلعة معينة أو خدمة ما على أكبر نطاق ممكن من المستهلكين ، وذلك بإغراء أكبر عدد من الجمهور على اقتناء هذه السلعة دون غيرها من السلع المنافسة ، أو تفضيل هذه النوعية من الخدمات عن الخدمات الأخرى المنافسة .  
ويستخدم الاتصال التسويقي في مجالي :

- الإعلان :

فالإعلان هو الوسيلة الأساسية لتحقيق أهداف الاتصال التسويقي .

- التجارة :

فالهدف النهائي من الأعمال التجارية هو تحقيق أكبر ربح ممكن والسيطرة على السوق عن طريق بيع أكبر كمية ممكنة من السلعة .

وبناءً على ذلك ، يعتبر الاتصال التسويقي أحد مفردات علوم التجارة والإعلان .

### ب - الاتصال الترويجي :

هو الاتصال الذي يهدف إلى ترويج فكرة معينة ؛ فالاتصال الترويجي يسعى إلى تحقيق أهداف معنوية عكس الاتصال التسويقي الذي يهدف إلى تحقيق أهداف مادية ( الربح ) .

ومجال الاتصال الترويجى هو ( علم الدعاية ) ولاسيما من الناحية التطبيقية .

وأهداف الاتصال الترويجى هى :

- الترويج لفكرة ما .
- نشر مذهب معين .
- الترغيب لعقيدة أو أيدلوجية .

وطرق تحقيق أهداف الاتصال الترويجى هى :

- # الاستمالة العاطفية .
- # الاستحواذ النفسى .
- # غسيل المخ " إعادة صياغة العقل " (٣٢)

والمجال الأساسى للاتصال الترويجى هو علوم السياسة والدعاية السياسية .

ج- الاتصال الإقناعى :

وهو الاتصال الذى يهدف إلى تغيير الاتجاهات الفكرية والأفكار العقلية أو إبدال سلوك الجمهور .

وطرق تحقيق أهداف الاتصال الإقناعى تتطابق مع طرق الاتصال الترويجى .

---

(٣٢) محمد كمال القاضى ، الدعاية السياسية والحرب النفسية ، القاهرة : لمركز الإعلامى للشرق الأوسط ، ٢٠٠١ .

ويستخدم الاتصال الإقناعي في مجالات : الدبلوماسية ، والتعليم ،  
والدعاية والإعلان والتسويق .

#### د - الاتصال الإعلامي :

يهدف الاتصال الإعلامي إلى تحقيق أهداف متنوعة ومتباينة من  
أهمها :

- نشر المعلومات والأخبار عن الأحداث والمواقف المحلية أو الدولية.
- تنمية الوعي الثقافي وزيادة المعرفة العامة لدى المواطنين .
- الترفيه والتسلية والترويج والإمتاع .
- صقل الثقافة المتخصصة لدى الناس مثل :  
الثقافة السياسية - الثقافة الرياضية - الثقافة الدينية - الثقافة الفنية  
... إلخ .
- وسيلة مهمة من وسائل الإعلان والتسويق ؛ فالأصل الإعلامي يقوم  
بمهمة التعارف الإعلاني بين المنتج والمستهلك .

#### هـ - الاتصال التعليمي :

وهو الاتصال الذي يهدف إلى التعليم والتثقيف والتنوير والتدريب .  
وتمارسه الجامعات والمعاهد ، والمدارس ، ومراكز العلوم  
والبحوث ، والمؤسسات التعليمية أو التربوية أو التدريبية .  
ويعد الاتصال التعليمي - من حيث الجمهور - من أعداد الاتصال  
الجمعي ، ومن حيث المواجهة ، اتصالاً مباشراً " موجهياً " .

**مهارات الاتصال**  
**من حيث معيار الهدف من الاتصال**

نحيل مهارات الاتصال من حيث معيار الهدف من الاتصال  
( تسويقي - ترويجي - إقناعي - إعلامي - تعليمي ) ، إلى المهارات العامة للاتصال التي سنوردها في نهاية هذا المؤلف ، وهي :

- مهارات التخاطب :
  - مهارات التحدث .
  - مهارات الاستماع .
- مهارات المعرفة :
  - مهارة القراءة .
  - مهارة الكتابة .
- المهارات الاجتماعية :
  - المراسم والبروتوكول وفن الإتيكيت .

**عاشرا : من حيث أسلوب الاتصال**

يمكن تصنيف الاتصال - بالنظر إلى أسلوبه - إلى أربعة أنواع أساسية من أساليب الاتصال هي :

- \* الأسلوب العقلي .
- \* الأسلوب العاطفي .
- \* الأسلوب النفسي .
- \* الأسلوب المختلط .

وفيما يلي عرض لكل أسلوب ، والمهارات الاتصالية المستخدمة في هذا الأسلوب .....

#### أ- الأسلوب العقلي :

وهو الأسلوب الذي يعتمد على عدة طرق ، من أهمها :

- المنطق في عرض الأفكار والمعتقدات .
- الاعتماد على الحقائق المادية المجردة في صياغة الرسالة الاتصالية .
- مواجهة الفكرة بالفكرة والحجة بالحجة .
- تقديم الأدلة والبراهين الواقعية والمادية لإقناع المتلقى للاتصال .
- مخاطب عقل وفكر وثقافة المتلقى للاتصال .

ومن أساليب الاتصال العقلي الشائعة الاستخدام والتي تعتمد على فنون المهارات الاتصالية :

- أسلوب المحاوراة .
- أسلوب الاقتناع .
- أسلوب الوضوح .
- أسلوب الصراحة .
- الأسلوب المادي .
- الأسلوب المباشر .

#### ب- الأسلوب العاطفي :

وهو أسلوب لا يخاطب العقل أو يجادل الفكر عند المتلقى ، ولكنه يعتمد على مخاطبة الجوانب العاطفية لدى المتلقى للرسالة .  
ومن أهم مهارات الأسلوب العاطفي الشائعة الاستخدام :  
x التبرير :

وتستخدم هذه الطريقة في تبرير وقوع الحوادث أو المصائب ، أو عند الفشل أو الإخفاق ، أو القصور في موضوع ما أو مهمة معينة ، إذ يلجأ

القائم بالاتصال إلى التبرير العاطفي وليس العقلاني لإقناع المتلقي  
وكسب تعاطفه مع الحدث أو القضية أو الموضوع .

x التجسيد :

التجسيد هو تحويل الأفكار والمعتقدات والأيدلوجيات إلى شيء  
مادى محسوس وملموس ، يكون معبرا وموجزا لتلك الأفكار والمعتقدات،  
بحيث يراه الناس بصفة دائمة أمامهم ومن حولهم وفي كل زمان ومكان.  
وتبدو هذه الرموز المجسدة ماثلة دائما أمام الجماهير سواء على  
شاشات التليفزيون أو السينما ، أو في الصحف أو في الطرقات والأماكن  
العامة ، يراها المواطنون أينما كانوا ، وفي كل وقت ، ويطلق على هذا  
التكنيك " من الباب للباب " أو " الحصار الاتصالي " .<sup>(٣٢)</sup>

x المبالغة والتهويل :<sup>(٣٣)</sup>

ويعتمد هذا " التكنيك الاتصالي " على تضخيم الأحداث  
والمبالغة في الأرقام والإحصاءات والتهويل في نتائج ومدلولات الواقعة  
أو القضية وذلك لتحقيق أهداف القائم بالاتصال .  
وينقسم هذا التكنيك الاتصالي إلى شقين :

• الشق الإيجابي :

وهو المبالغة في قوة الموقف الاتصالي للقائم بالاتصال ،  
واستخدام كل الوسائل - المتاحة - لدعم هذا الموقف وإظهاره بصورة  
مُبَالِغٍ فيها أمام المتلقي للاتصال .

(٣٢ : ٣٣) محمد كمال القاضي ، المرجع السابق .

• الشق السلبى :

وهو التهويل والمبالغة بالنسبة لمساوئ الطرف الآخر أو الطرف المنافس وتضخيم سلبياته ومآخذه .

ومن أهم أساليب الاتصال العاطفى :

- أسلوب الاستمالة .
- أسلوب التودد .
- الأسلوب المعنوى .

ج - الأسلوب النفسى :

وهو الأسلوب الذى يعتمد على المداخل النفسية لشخصية المتلقى للاتصال وإقناعه واستمالاته والتأثير فيه من خلال هذه المداخل النفسية.

تكتيكات الأسلوب النفسى "الاتصالى" :

يعتمد أسلوب الاتصال النفسى على عدة مهارات اتصالية من أهمها :

• التكنيك الساخر :

يلجأ القائم بالاتصال إلى تغليف الرسالة الاتصالية النفسية بقوالب ساخرة أو كوميدية أو فكاهية ، لاستمالة وجذب المتلقى للاتصال ، ومن ثمَّ التأثير فيه وإقناعه .

• استثارة الغرائز النفسية :

يعتمد هذا التكنيك على مخاطبة الغرائز النفسية واستثارتها وتوظيفها بأسلوب ذكى فى تحقيق أهداف الرسالة الاتصالية ، ويشاع



استخدام هذا الأسلوب في التسويق الإعلانى لسلع : الملابس والعطور والماكينات.

• تكنيك القطيع :

والذى يعتمد على المحاكاة والتقليد ، وذلك عن طريق التجنيد الإعلانى لشخصية مرموقة تستخدم السلعة المراد نشرها بين الناس ، أو توزيع المنتج عشوائيا بالمجان فى التجمعات الجماهيرية .

• تكنيك الترتيل ( التكرار والملاحقة ) :

ويعتمد هذا التكنيك على تكرار عرض الرسالة الاتصالية فى سياقات مختلفة ؛ إذ يتم عرض الرسالة وتكرارها بأشكال مختلفة ، وفى صور متوافقة ومتباينة ، لمحاصرة المتلقى بهذا التكنيك فى كل وقت وفى طرق متعددة وبوسائل مختلفة ، تارة عن طريق القراءة ، وتارة ثانية عن طريق المشاهدة ، وتارة ثالثة عن طريق الاستماع .  
والشرط الجوهري لتكنيك الترتيل المؤثر هو مدى تناسب لهجة وشكل الرسالة الاتصالية " النفسية " مع طبيعة المتلقين وميولهم .

• التكنيك العدائى :

وهو تعمّد مهاجمة الطرف الثانى فى العملية الاتصالية هجوما قويا ومباشرا كى يتمكن القائم بالاتصال من محاصرة المتلقى للاتصال وإقصائه بالرسالة الاتصالية .

• **تكنيك اللوم :**

يتعمد القائم بالاتصال إلى اصطياذ نقاط ضعف فى ممارسات وأفعال وأقوال المتلقى للاتصال ، وتوجيه اللوم والتوبيخ له بسببها ؛ كى يضعف موقفه التفاوضى أو قوته الاتصالية ، مما يتيح له التأثير النفسى فى المتلقى ، ومن ثم إقناعه بالرسالة الاتصالية .

**حادى عشر : من حيث وسيلة الاتصال**

التصنيف الغالب لأنواع الاتصال هو التصنيف الذى يعتمد على نوعية وسيلة الاتصال المستخدمة .

وهنا تتطابق وسائل الاتصال مع وسائل الإعلام ....

والتقسيم الشائع لوسائل الاتصال أو وسائل الإعلام هو التقسيم التالى :

**أ - وسائل الاتصال ( المطبوعة - المقروءة ) :**

وهى :

( الكتب - الدوريات - النشرات - المنشورات - التقارير -

المدونات - الصحف - المجلات ) .

**خصائص وسيلة الاتصال ( المطبوعة - المقروءة ) :**

يمكن إجمال أهم خصائص وسمات وسائل الاتصال المطبوعة أو

المقروءة فيما يلى :

❖ لابد وأن يكون المتلقى فى وسائل الاتصال المطبوعة أو المقروءة على دراية تامة بالقراءة والكتابة ؛ فهذه الوسيلة لاتجدى - بطبيعة الحال - مع المتلقى الأمى الذى يجهل القراءة والكتابة .

❖ هى وسيلة " استحواذية " ، أى تستحوذ على المتلقى أثناء قراءتها ؛ إذ ليس فى مكنة المتلقى أن يباشر نشاطاً آخر أثناء تلقيه لهذه الوسيلة .

❖ تدوم فترة أطول عن غيرها من الوسائل الأخرى فى حوزة المتلقى وفقاً لدورية الوسيلة ذاتها ( يوم - أسبوع - نصف شهر - شهر ) ، وبالتالي تزيد فترة " التعرض الاتصالي " في الوسيلة المقروءة أو المطبوعة عن غيرها من الوسائل الأخرى ( المذاعة أو المشاهدة ) .

❖ تفتقد هذه الوسيلة عناصر الجذب والتشويق ولفت الأنظار والانتباه بالمقارنة مع وسيلتى الإذاعة والبث التليفزيونى .

#### ب - وسائل الاتصال ( المسموعة - المذاعة ) :

وهى :

( الإذاعة - الشرائط التسجيلية ) .

#### خصائص وسيلة الاتصال ( المذاعة - المسموعة ) :

❖ تصلح للمتلقين الذين يجهلون القراءة والكتابة .

❖ تمكن المتلقى من التخيل والتصور الوجدانى ؛ إذ أن المتلقى عندما يستخدم حاسة السمع فى تلقى ما يذاع عبر وسائل الاتصال المذاعة أو المسموعة يطلق لخياله العنان فى تصور القائم بالاتصال وعناصر الرسالة الاتصالية وفق ما يراه أو يتخيله هو ، وبالتالي فإن كل شخص من المتلقين للاتصال يستقبل الرسالة الاتصالية - المذاعة أو المسموعة -

وفق تخيله هو وتصوره الشخصى الذى يختلف - بطبيعة الحال - عن خيال وتصور باقى المتلقين .

❖ لا تستحوذ هذه الوسيلة على المتلقى مثل الوسائل الأخرى ؛ إذ يمكن للمتلقى أن يمارس أنشطة أخرى أثناء تلقيه لوسيلة الاتصال " المذاعة أو المسموعة " مثل الكتابة أو قيادة السيارة .

❖ أنها تعتمد - بصفة أساسية - على قوة الصوت من جانب المرسل وتأثيره على المتلقين .

#### ج - وسائل الاتصال ( المرئية - المسموعة ) :

مثل : ( السينما - التلفزيون - الفيديو )

#### خصائص وسائل الاتصال المرئية - المسموعة :

يمكن إجمال أهم سمات وخصائص وسائل الاتصال المرئية

المسموعة فيما يلى :

❖ لها خاصية الاستحواذ على المتلقى ؛ إذ تستحوذ هذه الوسيلة على حاستى السمع والنظر لدى المتلقى ، ومن ثم فإنه لا يستطيع أن يمارس أنشطة أخرى أثناء تلقيه لهذه الوسيلة .

❖ تعتمد هذه الوسيلة على عنصر الإبهار والتشويق بما تحويه من حركة وصور وألوان وموسيقى ؛ فالإبهار المرئى أشد تأثيراً على المتلقى ، وتنفرد به وسيلة الاتصال المرئى المسموع عن غيرها من الوسائل الأخرى .

❖ لا تعطى هذه الوسيلة فرصة للمتلقى فى إعمال الخيال أو التصور الوجدانى أو العاطفى بعكس وسيلة الاتصال ( المسموعة - المداعة ) .  
❖ تصلح هذه الوسيلة مع المتلقين الذين يجهلون القراءة والكتابة ، وبالتالي فهى تعد أكثر الوسائل انتشارا فى كافة بلدان العالم .

#### د- وسيلة الاتصال الإلكترونية :

والمقصود بها " الإنترنت " . و " الإنترنت " - فى حقيقة الأمر - يجمع بين وسيلتين من وسائل الاتصال ويدمجهما فى وسيلة واحدة وهما :

- وسيلة الكمبيوتر .
- وسيلة التليفون ( الهاتف ) .

" فالإنترنت " هو ميلاد تزواج وسيلة الكمبيوتر مع وسيلة التليفون .

#### خصائص وسيلة " الإنترنت " :

- ❖ تعتمد على جميع الحواس دفعة واحدة :  
( القراءة - الاستماع - المشاهدة ) .
- ❖ درجة الاستحواذ على المتلقى عالية جدا ، أكبر من درجة الاستحواذ فى وسيلة التليفزيون .

❖ عدم وجود صلة بين المتلقى للاتصال الإلكتروني والقائم بالاتصال في غالب الأحوال ؛ فقد يتم الاتصال الإلكتروني بين طرفين يجهل كل منهما الآخر .

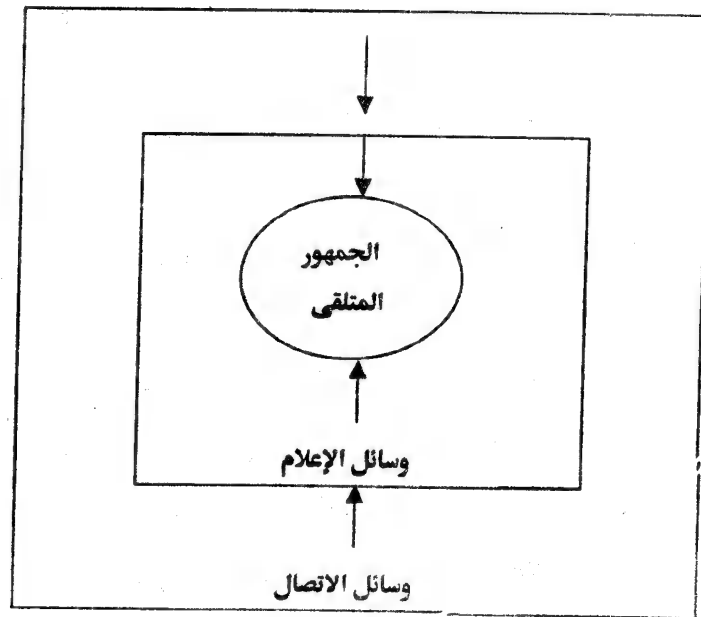
❖ كثرة استخدام الإنترنت تساعد على انتشار ظاهرة " العزلة الاجتماعية " بين مستخدمي وسيلة الإنترنت ؛ فهو وسيلة غير اجتماعية

## وسائل الاتصال ووسائل الإعلام

مفهوم وسيلة الاتصال أعم وأشمل من مفهوم وسيلة الإعلام؛ ذلك لأن كل وسيلة إعلامية هي وسيلة اتصالية، والعكس ليس صحيحاً، فليس كل وسيلة اتصالية هي وسيلة إعلامية.

والشكل رقم (١٣) يوضح الفارق بين وسائل الإعلام ووسائل

الاتصال:



الفارق بين وسائل الاتصال ووسائل الإعلام:

ويمكن إعمال التفرقة بين وسائل الاتصال من ناحية، ووسائل الإعلام من ناحية أخرى من خلال عدة معايير هي:

### المعيار الأول : معيار الصلة :

توجد صلة ما - غالبا - بين القائم بالاتصال من ناحية والمتلقى للاتصال من ناحية أخرى ، بينما في الاتصال الإعلامى تكون هذه الصلة غير موجودة - فى الغالب الأعم - بين طرفى عملية الاتصال الإعلامى .

### المعيار الثانى : معيار المردود الاتصالى :

يكون المردود الاتصالى فى وسائل الاتصال واضحا وملموسا بعكس المردود الاتصالى فى الاتصال الإعلامى ؛ فهو غير واضح وغير ملموس . وذلك من الوجوه التالية :

- المردود الاتصالى فورى ويتحقق فى نفس زمن الاتصال فى وسائل الاتصال ، ولكنه فى الاتصال الإعلامى غير فورى ولا يحدث فى ذات زمن الاتصال .
- يمكن للقائم بالاتصال أن يلمس أو يشاهد أو يسمع رد فعل المتلقى ، ولكن فى الاتصال الإعلامى لا يستطيع القائم بالاتصال أن يلمس أو يشاهد أو يسمع رد فعل المتلقى للاتصال الإعلامى .
- تتحقق وحدة " الزمن " فى الاتصال ، ولكنها قد لا تحقق فى الاتصال الإعلامى ؛ إذ تتوفر وحدة الزمن فى الاتصال التليفزيونى المباشر ( الحى ) ، ولكنها لا تتحقق فى الاتصال التليفزيونى المسجل .
- لا تتحقق وحدة المكان فى الاتصال الإعلامى على الإطلاق ، فمكان القائم بالاتصال فى الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو السينما أو التليفزيون ، يكون دائما غير المكان الذى يوجد فيه المتلقى



للاتصال. أما فى وسائل الاتصال العادية فإن وحدة المكان قد تتحقق وقد لا تتحقق بين طرفى العملية الاتصالية .

#### **المعيار الثالث : معيار الملكية :**

وسائل الاتصال مملوكة ملكية خاصة للأفراد ، ولكن وسائل الإعلام تكون - فى الغالب الأعم - مملوكة للدولة أو للأشخاص الاعتبارية العامة ، وفى بعض الأحيان تكون مملوكة للأفراد .

#### **المعيار الرابع : المعيار القومى :**

تحقق وسائل الاتصال أهدافا خاصة لصالح الأفراد ، أما وسائل الاتصال الإعلامية فهى تحقق أهدافا قومية لصالح الدولة أو مؤسساتها .

#### **أهم وسائل الاتصال :**

وفيما يلى سرد مجمل لأهم وسائل الاتصال ، والتى لا يمكن اعتبارها وسائل إعلامية ، وهى :

#### **أ- التليفون :**

من أكثر وسائل الاتصال شيوعا بين الأفراد والشركات والمؤسسات والمنظمات على اختلاف أنواعها وأهدافها .

#### **أشكال استخدامات التليفون :**

يمكن تحديد أشكال استخدامات التليفون كوسيلة مهمة من

وسائل الاتصال فيما يلى :

- استخدام التليفون كوسيلة اتصال أساسية :

وهو ما يحدث على المستوى الشخصى أو على مستوى المنظمات والمؤسسات فى كافة الموضوعات السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية ٠٠٠٠ إلخ .

- استخدام التليفون كوسيلة اتصال ثانوية :  
إذ يستكمل الناس به أدوات الاتصال الشخصى مثل اللقاءات أو الاجتماعات أو التعاقدات .

- استخدام التليفون كوسيلة اتصال متداخلة :  
إذ قد يستخدم التليفون بالتداخل مع وسيلة أخرى ،  
ومثال ذلك :

• الفاكس :

فهو عبارة عن تليفون + طابعة .

• الإنترنت :

وهو عبارة عن تليفون + كمبيوتر .

ب- الفاكس :

هو أيضا وسيلة من وسائل الاتصال بين الأفراد أو المنظمات أو الشركات أو الهيئات .

وهو عبارة عن ( تليفون + طابعة ) . وهو من وسائل الاتصال المكتملة والمتتممة لوسائل أخرى مباشرة مثل الاجتماعات واللقاءات .

#### ج - الإنترنت :

- هو أيضا وسيلة اتصال وليس وسيلة إعلام .
- وهو عبارة عن ( تليفون + كمبيوتر ) ، ويتم استخدام " الإنترنت "
- - كوسيلة اتصال - عن طريقتين :
- البريد الإلكتروني :
- وهو التراسل البريدي بين الناس عن طريق " الإنترنت " .
- زيارة المواقع :
- وهو عملية قراءة الكترونية للموضوعات والمعلومات المسجلة
- الكترونيا على المواقع المختلفة بشبكات الاتصال عبر " الإنترنت "

#### الفرق بين المهارات المستخدمة

#### فى وسائل الاتصال ووسائل الإعلام

يمكن تحديد الفروق الجوهرية بين مهارات الاتصال المستخدمة فى وسائل الاعلام من ناحية ، ومهارات الاتصال المستخدمة فى وسائل الاتصال فيما يلى :

أولا : تعتمد مهارات الاتصال فى وسائل الاعلام على توفر المهارات العامة ولكن تعتمد مهارات الاتصال فى وسائل الاتصال على المهارات الذاتية الخاصة للانسان ، إذ يعتمد نجاح الاتصال الثنائى أو الجمعى على مهارة القائم بالاتصال الشخصية وقوة إقناعه للمتلقى أو المتلقين لرسالته دون تدخل عناصر أخرى خارجية " عن ذات القائم بالاتصال " ،

ولكن فى الاتصال الاعلامى يعتمد القائم بالاتصال بصورة أكبر على  
عوامل مهارية أخرى تخرج عن ذاته وخبراته مثل :  
فن الإخراج - الإيهار الاعلامى - الصوت - الديكور .....

ثانيا : التقنية الحديثة :

تعتمد مهارات الاتصال الاعلامى إلى حد كبير على مفردات  
التقنية الحديثة فى حين لا تعتمد مهارات الاتصال المواجهى على  
التقنية الحديثة إذ تنعدم الوسائط المادية فى الاتصال المواجهى .

ثالثا : رد الفعل الاتصالى : Feed Back

يكون رد الفعل الاتصالى محدودا فى وسائل الاتصال الاعلامية  
ولكنه يكون واضحا ومباشرا وفوريا فى وسائل الاتصال المباشرة  
( المواجهة ) ، وبالتالي يمكن للقائم بالاتصال أن يدرك ويفهم رد الفعل  
الاتصالى لرسائله لدى المتلقين للاتصال ويقوم بتعديل مسار الرسالة  
الاتصالية وفقا لهذا المردود الاتصالى مستخدما كل الخبرات الاتصالية  
لديه ومهارات الاتصال الشخصية .

رابعا : العلاقة الشخصية :

فى الاتصال الاعلامى تكاد تنعدم العلاقات الشخصية بين القائم  
بالاتصال ( المذيع - المحرر الصحفى - المخرج ... الخ ) من جانب ،  
والمتلقين للاتصال من جانب آخر ، ولكن فى الاتصال الشخصى  
( الثنائى - الجمعى ) يوجد قدر من العلاقات الشخصية بين طرفى  
العملية الاتصالية خاصة فى الاتصال الثنائى والاتصال الجمعى المحدود

، يتيح هذا القدر من العلاقات الشخصية تنمية الروابط الانسانية بينهما  
ويستخدم فيه القائم بالاتصال خبراته الاتصالية ومهاراته الاتصالية  
الشخصية في كسب ثقة وتأيد المتلقين للاتصال .

### دور قادة الرأي في فاعلية الاتصال

ترجع الفكرة الاولى إلى مفهوم " قادة الرأي " إلى العالم " لازر  
سيفلد " الذي كان أول من تكلم عن دور قادة الرأي في المجتمعات  
كمفردة من مفردات نظريته الاعلامية " الاتصال على مرحلتين " ، حيث  
كان يرى أن الاتصال في المجتمع بوجه عام والاتصال الاعلامي بوجه  
خاص يتم على مرحلتين :

المرحلة الأولى : تنتقل فيها الرسائل الاعلامية من القائم بالاتصال  
إلى أفراد في المجتمع أكثر اطلاعا وأكثر ثقافة ومن ثم أكثر  
تأثيرا ، هم قادة الرأي في هذا المجتمع .  
المرحلة الثانية : تنتقل هذه الرسائل الاعلامية مرة ثانية من هذه  
الفئة المؤثرة إلى الاشخاص الآخرين في المجتمع الأقل تعرضا  
لوسائل الاعلام ويعتمدون على هذه الفئة المؤثرة في حصولهم  
على الرسائل الاعلامية وفي إدراك معانيها واستيعابها .

### خصائص قادة الرأي :

- يرى خبراء الرأي العام أن أهم خصائص قادة الرأي هي<sup>(٣٥)</sup> :
  - قادة الرأي أكثر تجديدا ، واتصالهم أكبر بمسئولي التغيير في المجتمع .
  - هم أكثر تعرضا لوسائل الاعلام ومصادر المعلومات وأكثر قدرة على التعامل معها من أتباعهم .
  - يكون قادة الرأي في المجتمعات التقليدية قادة في عدة موضوعات بينما يكون لكل قائد رأى مجاله المتخصص في المجتمعات المتقدمة .
  - معظم قادة الرأي من ذوى الدخول المرتفعة مقارنة بأتباعهم ، ومن مكانة اجتماعية أعلى ، ولهم مدة إقامة أطول في المجتمع .
  - يزيد متوسط عمر قادة الرأي في المجتمعات التقليدية عن أتباعهم اعتقادا من أن السن يجلب الحكمة .
  - يميل قادة الرأي إلى الارتباط الوثيق بعادات مجتمعاتهم ، فلقد تبين من دراسة " هيرتزوج " للقرى البرازيلية أنه في معظم المجتمعات التقليدية لا يتمتع القادة أو أتباعهم بخاصية الابتكار ولذلك يظل المجتمع تقليديا عكس المجتمعات المتقدمة .
- ويتحدث البعض<sup>(٣٦)</sup> عن مفهوم المؤثرون ، ويرى أن هناك بعض أوجه الاختلاف بين قادة الرأي ، والمؤثرون ، وهى :

(٣٥) عاطف عدلى العبد عبيد ، مدخل إلى الاتصال والرأي العام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٩ .  
(٣٦) عبد الفتاح عبد النبى ، المؤثرون : دراسة نموذج أنمة المساجد فى بناء الاتصال ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٩٥ .

١- إذا كان قادة الرأي ، كما أظهرت العديد من الدراسات موزعين بصورة تامة ومتساوية بين الطبقات الاجتماعية المختلفة ، ودائما في كل تجمع بشرى يوجد قادة رأى أو أفراد لديهم معارف يتجه إليهم الآخرون للحصول عليها أو يتوجهون هم أى قادة الرأى إلى الآخريين ، فإن هذا التوزيع المتساوى قد لا يتوافر فى بعض الاحيان فى المؤثرين ، حيث تتزايد احتمالات وجودهم أكثر فى المستويات الاقتصادية الاجتماعية الأعلى ، فقد كشفت بعض الدراسات أن الشخصيات القوية أو المؤثرة نادراً ما توجد لدى الفئات الدنيا أو المعدمة .

٢- أظهرت العديد من الدراسات أن قادة الرأى يختلفون من موضوع إلى آخر بينما تلاحظ أن المؤثرين أكثر نشاط فى مجالات عدة ، حيث لا يقتصر الأمر هنا على حيازة المعلومات فى كل مجال ولكن أيضا توافر مجموعة من سمات الشخصية التى تجعلهم أكثر قدرة على التفاعل والإقناع وبالتالي التأثير على مواقف وتصرفات الآخريين .

٣- أجمعت الدراسات ، على أن قادة الرأى أكثر تعرضا بدرجة كبيرة لوسائل الإعلام ، بينما هذه الخاصية لا تتوافر بدرجة ملحوظة دوما عند المؤثرين ، فقد لاحظ "ويمان" فى دراسته للمؤثرين أنهم يعتمدون على المصادر الشخصية . وأن سلوكهم الاتصالى مع وسائل الإعلام الجماهيرى عادى ولا يتسم بالتعرض العالى لها ، وبالتالي فهم هنا أكثر توليدا للرأى وأكثر حركية وتفاعلا ، ومن ثم أقدر على التأثير .

٤- إذا كان مفهوم قادة الرأى يقوم على فصل القادة والأتباع فإن المؤثرين كمفهوم لا يقوم على هذا الفصل ، حيث إن الأمر هنا يتعلق

بمتغير مستمر وفرد يتميز بقوة الشخصية يفرض تأثيراته على الآخرين بفعل ما يتمتع به من صفات ذاتية وموضوعية .

ويبدو واضحاً من هذه الفروق ، أن مفهوم "المؤثرون" هو مجرد تطوير لمفهوم "قادة الرأي" بالمعنى التقليدي الذي أشارت إليه الدراسات المبكرة ، وأن هذا المفهوم المطور يتناسب أكثر مع السمة الأكثر تعقيداً لقيادة الرأي التي انبثقت عن النقد المتزايد للدراسات المبكرة حول قيادة الرأي ، إننا في التحليل الأول والأخير بصدد عملية تأثير بالغة التعقيد والتشابك يقوم بها أفراد في الواقع الفعلي ، وهؤلاء الأفراد لديهم من المؤهلات المختلفة ما يتيح لهم ممارسة التأثير ، وأن اكتشاف وتحديد هؤلاء الأفراد بالغ الأهمية للمعنيين بالشئون السياسية ، والتسويق ، والإعلان ، والرأي العام ، والتغيير أو نشر التجديدات ، كما أن دراسة مصادر معلومات هؤلاء الأفراد ودورهم في عمليات اتخاذ القرار له علاقة كبيرة بتطوير دراسات الاتصال الإقناعي وتحقيق الترابط بين دراسات الاتصال الشخصي والجماهيري والمساعدة بالتالي في التخطيط لعملية الاتصال .

#### المؤثرون :

يرى نفس المصدر أن تعريف المؤثرون هو :<sup>(٣٧)</sup>

الشخص الذي يتمتع بحضور اجتماعي وشخصية قوية تتيح له عند تفاعله مع الآخرين أن يغير من آرائهم أو اتجاهاتهم أو تصرفاتهم بصورة

<sup>(٣٧)</sup> عبد الفتاح عبد النبي ، المرجع السابق .



متكررة نسبيا فى كل موقف اتصالى ، هذا التغير يمكن قياسه أو ملاحظته فى الواقع الفعلى .

هذا الفهم العام لماهية الشخص المؤثر ، لا يقدم ولا يؤخر فى المساعدة على اكتشاف الأفراد المؤثرين وسهولة الوصول إليهم فى الواقع الفعلى كما يثير بذاته تساؤلات : ما هو الحضور الاجتماعى أو مكونات الشخصية القوية التى تتيح للفرد ان يؤثر فى الآخرين ، هنا يصعب التحديد والتعريف وتتداخل السمات ، مما يفرض الاتجاه للحديث عن مؤشرات أو ملامح يمكن الاسترشاد بها هنا فى تحديد طبيعة الشخصية القوية أو المؤثرة ، أكثر ما نتجه لوضع تعريف لماهية الشخصية القوية لتلافى الدخول فى دائرة مفرغة ، وهو ذات المنحى الذى نحا إليه باحثون آخرون فى توصيفهم لماهية الشخص المؤثر ، حيث يطرح التساؤل : ما هى السمات التى تجعل الفرد أكثر إقناعا وتأثيرا؟

#### **خصائص وسمات الشخص المؤثر**

- يرى نفس المصدر أن الشخص المؤثر يتميز بثلاث صفات هى :
- ١- تمثل قيم معينة ، وهى القيم التى توضح هوية الشخص وتوجهاته .
  - ٢- الكفاءة التى تشير إلى ما يتوافر لديه من معارف ومعلومات ومهارة على تبادلها مع الآخرين .
  - ٣- المركز الاجتماعى للفرد الذى يحظى به فى البيئة أو درجة معرفة وتقييم الآخرين له .

ويرى الباحثون عادة في مجال الإقناع على ثلاث سمات للفرد الأكثر إقناعا وتأثيرا وهي : المصداقية ، والجاذبية ، والنفوذ ، والتعامل مع هذه العناصر الثلاثة باعتبارها فاعلة في تحديد المقدرة التأثيرية للفرد ، وهذه العناصر هي :

#### أ- المصداقية : Credibility

تشتمل مصداقية الفرد على عنصرين : الخبرة والاعتمادية أو الموثوقية ، والخبرة ، هي المدى الذي يرى فيه الأفراد أن هذا الفرد لديه المعرفة أو الإجابة الصحيحة على السؤال أو الموقف الصحيح تجاه القضية المطروحة ، والخبرة يكتسبها الفرد وتشكل من خلال عمليات التدريب والتعليم ، والتجربة والذكاء والمهارة المهنية والمركز الاجتماعي ، وهكذا فإن الشخص الخبير ، هو الذي يتوافر لديه معرفة صحيحة وموثوقة عن الموضوع أو القضية ، وعادة ما تكون الخبرة مقصورة على مجال معين ، فهذا الفرد خبير في المجال الطبي أو الشؤون القانونية ، أو الأمور الدينية ، أو في إصلاح السيارات أو في مجال الإتصال .... الخ ، ونادرا ما يكون الفرد الواحد خبير في كل هذه المجالات في آن واحد ، ويتعامل الأفراد مع الشخص المطلع أو العليم أو المتخصص بدرجة من الجدية ، ويتبعون توصياته ، لأن تجربتهم الماضية قد أثبتت أنه غالبا ما يدافع عن الموقف الصحيح ، وأن اتباع توصياته قد أفادتهم ، فمثلا من المحتمل أن يثق الأفراد في الطبيب المتخصص لأنه كان على حق من قبل وأدى تتبع توصياته إلى تحسن الصحة كما تتزايد احتمالات تأثير الفرد الخبير على الأفراد الآخرين الذين يسعون لتكييف الاتجاهات والآراء الجديدة مع ما أصبحوا يقتنعون

به . وعندما ينظر هؤلاء الأفراد إلى ذواتهم باعتبارهم عقلاء ، فإنهم عادة ما يتجهون إلى من تتوافر لديه المعرفة الصحيحة بهذه الاتجاهات والآراء الجديدة ويصبحون أكثر استعدادا للتأثر بآرائه .

وبالطبع كلما توافرت لدى الفرد حسن المعرفة والاطلاع أى الخبرة والموثوقية أو البعد عن الهوى والاعتدال ، تزايدت احتمالية المقدرة التأثيرية للفرد ، ومع ذلك ، فنادرأ ما نجد فى الواقع الفعلى توافر عنصرى الخبرة والثقة معاً ، وإنما الأكثر شيوعا على النحو المألوف فى ممارسات الحياة اليومية ، أن نجد الفرد الخبير ولكن ليس جديراً بالثقة .

#### ب- الجاذبية Attractiveness

السمة الثانية المشكلة للمقدرة التأثيرية للفرد ، هى الجاذبية ، والافتراض العام هنا هو أن الفرد الذى يتمتع بجاذبية سوف يكون أكثر فاعلية وتأثيراً من الفرد غير الجذاب خلال تفاعلاته مع الآخرين ، وعادة ما يتجه النظر لفهم الجاذبية هنا على أنها الجاذبية الجسمانية أو الهيبة الشخصية ( الكاريزما ) ، ولكن بسبب صعوبة قياس الصفات الجسمانية للفرد بصورة موضوعية ، فقد أحجم الباحثون عن محاولة وصف الخصائص الجسمانية للفرد المؤثر ، واثاروا عوضاً عن ذلك عناصر التشابه ، والألفة والحب كمحددات لجاذبية الفرد .

والتشابه Similarity يوحى بالقرب ، وعادة ما ينجذب الأفراد إلى من يشبهونهم ، وعندما تتزايد درجة الشبه بين المصدر والمتلقى ، فإن احتمالات تأثير المتلقى بتوصيات المصدر تتزايد والعكس يصبح صحيحاً أيضاً فى هذه الحالة ، والتشابه قد يكون ديموجرافياً ، أو إيديولوجياً ،

وتظهر الدراسات الحقلية أن الجمهور ينجذب إلى المصادر التي تشاركه الخصائص الديموجرافية العامة مثل السن ، التعليم ، الوظيفة ، مستوى الدخل ، النوع ، العرق ، محل الإقامة ، الدين ..... الخ ، حيث يساعد مثل هذا التشابه الديموجرافي الجمهور على التوحد مع المصدر ، وتزايد رؤيتهم إليه باعتباره واحداً منهم ، وأن لديهم أهدافاً واحتياجات واحدة ، وإذا استطاع المصدر أن يظهر للمتلقى أن اهتماماتهم واحتياجاتهم مشتركة بفعل التشابه في الخصائص ، فإن هذا المتلقى قد يميل إلى اتباع نصائحه وتوصياته .

والتشابه الإيديولوجي أو الفكري ، يدعم قدرة المصدر على التأثير ، فالمبدأ أن المتلقى ينجذب إلى المصدر الذي لديه اتجاهات مشابهة معه ، وكلما تزايدت الاتجاهات المشتركة أصبح المصدر أكثر جاذبية ، ويرى بعض الباحثين ، أن التشابه الفكري ، يعد محدداً أقوى من التشابه الديموجرافي للجاذبية ، فقد وجد " وليم ماكيبور " على سبيل المثال في دراسته ، أن الأميركيين يتأثرون أكثر بالتشابه الأيديولوجي بالمقارنة بالاختلافات العرقية في المواقف الإقناعية المختلفة ، والفرد الذي ينتمي إلى ذات الحزب أو العقيدة أو التوجه السياسي ... الخ تزايد جاذبيته ويتعمق الإحساس بالاشتراك في الاتجاهات والآراء معه والميل بالتالي لقبول نصائحه .

وتؤكد نظرية التعلم ، أن المصدر المشابه للمتلقى سوف يكون مؤثراً خلال التفاعل والاتصال ، لأن خبرة التفاعل الماضية معه والاستماع إلى نصائحه باعتباره مثيلاً له ، قد أدت إلى منفعة مادية أو معنوية ، وأن التفاعل بين الأفراد المتشابهين هو في حد ذاته خبرة طيبة

مفيدة ، والممارسات متوقعة وأطراف التفاعل من المحتمل أن يعزز كل منهما الآخر ، كما تؤكد النظرية الوظيفية أن المصدر سوف يكون أكثر تأثيرا وإقناعا بسبب دوافع المتلقى للتماثل معه ، حيث يساعد ذلك المتلقى للاحتفاظ بعلاقة منفعة مع المصدر وأنه من المحتمل أن ينخرط الأفراد في علاقات مع المتشابهين معهم للمحافظة على مثل تلك العلاقة التي تحقق لهم إشباعات معينة .

فإذا تجاوزنا التشابه إلى الألفة كعنصر من عناصر الجاذبية ، فالأفراد تنجذب بصفة عامة إلى المصادر التي تعرفها أو تألفها ، وتوجد دلائل قوية أن الألفة تساعد على زيادة التفاعل وانجذاب الأفراد لبعضهم البعض ، هذا فضلا عن أن الإعتياد أو الألفة في حد ذاتها تدعم الحب وتوثق العلاقات .

والقاعدة أن الفرد المألوف أو الذي اعتدنا أن يمدنا بالمعلومات أو يستثار في المواقف المختلفة ، سوف يكون بلاشك أكثر فاعلية في الاقناع من الفرد غير المألوف أو المعروف ، فالأول نواياه وخبرة التعامل الماضية معه مضمونة ، ودرجة المخاطرة محدودة ، في حين أن الشك والريبة والحذر قد يحيط بالفرد غير المألوف أو الغريب ، وبالتالي تتدنى قدراته التأثيرية ، ويصعب اتباع توصياته حتى يتم التثبت من نواياه وهكذا .

وإذا انتقلنا إلى عنصر الحب "Liking" فإننا نجد الميل العام للإنجذاب للمصادر التي يهواها الأفراد أو يحبونها ، وكلما كان المصدر محبوبا ، كان أكثر تأثيرا وإقناعا ، ولكن ما هي محددات هذا الحب ؟ هنا تشير نتائج البحوث وتجارب الممارسة الحياتية ، أن التشابه والألفة

والاعتیاد تقود إلى الحب ، ويعزز الحب كما أشرنا أنفا من تزايد إدراك المتلقى بتشابهه مع المصدر وعادة ما يميل الفرد إلى تضخيم التشابه الفعلي بينه وبين المصدر ، كذلك فإن السعى لخدمة مصالح الناس وجلب المنافع لهم ، ومعاونتهم أو نجدتهم في الملمات كلها أمور تدعم من الجاذبية وعلاقة الحب التي تعد مفتاح التأثير ، وفي المقابل ، فإن الأنانية والرغبة في الاستحواذ والانقراض على حقوق الآخرين ، والتآمر ضدهم وإلحاق الأذى بهم كلها تصرفات تثير الكراهية والبغضاء وتدعم معها علاقة العداء والنفور ، وتتلاشى بالتالي الجاذبية والسيل لاتباع التوصيات المقدمة ممن يتصفون بهذه الصفات .

وإذا تجاوزنا التشابه ، والألفة أو الحب ، إلى الجاذبية الجسمانية أو الفيزيكية ، فإننا نجد أن الكثير من الأحكام الفردية حيال الأفراد الآخرين تقوم على أساس المظهر الجسمانى لهم ، وعلى الرغم من أن العقل الإنسانى لا يتوافر لديه أى مقياس عام للجمال بخصوص الجسم البشرى ، كما يقول "دارون" ، إلا أن نقص هذا المقياس لم يعوق المحاولة لتحديد الجاذبية الجسمانية ، وقد استخدمت معظم الأبحاث فى ذلك طريقة الحقيقة بالاجماع ، لتحديد هذه الجاذبية ، ومؤدى هذه الطريقة ، أنه إذا اتجه العدد الأكبر من الأحكام لتصنيف الشخص على أنه جذاب جسمانيا فإنه عندئذ يصبح كذلك .

وتشير العديد من الأدلة والشواهد ، بأن الجاذبية الجسمانية للفرد تعد محددا مهما لتحديد كفاءته التأثيرية ، حيث تؤثر الجاذبية الجسمانية على تقييمات الآخرين ، فالشكل الحسن أو القبيح ، والجسم الفارع ، أو التحيف ، والممتلىء الصحة والعليل والملابس النظيفة والقذرة ..... الخ ،

كلها عوامل متداخلة تساهم فى تحديد درجة الهيبة والاحترام للفرد فى الوسط الذى يتفاعل فيه ، وبالتالي فى التأثير على قدراته الإقناعية .

#### ج- النفوذ : Power

بعض مصادر الاتصال لا تتمتع بالمصداقية أو الجاذبية ولكن مع ذلك ، تعد مؤثرة وفاعلة إلى حد كبير فى تغيير آراء واتجاهات وتصرفات الأفراد الآخرين فى مجريات الحياة الفعلية ، هذه المصادر تتمتع بالسلطة أو النفوذ ، وهو العامل الثالث من محددات المقدرة التأثيرية للفرد .

ويرى " كيلمان " أن الفرد الذى يتمتع بالنفوذ والقوة فى البيئة الاجتماعية لديه ثلاث خصائص ملحوظة : السيطرة والاهتمام والمراقبة ، والسيطرة أو القدرة على التحكم هى المدى الذى يدرك فيه المتلقى ، ان المصدر قادر على توجيه الثواب والعقاب إليه ، وقد أظهرت نتائج الأبحاث فى هذا المجال ، أن سلطة العقاب أو سلطة الثواب أو المكافأة تؤثر بصورة متساوية فى توليد الاستجابة أو الخضوع لتعليمات المصدر ، وبالطبع كلما تزايدت المكافآت أو المنافع التى تعود على الفرد ( المتلقى ) تزايد اقترابه من المصدر وتزايدت بالتالى فاعلية الأخير فى الإقناع والتأثير .

وبجانب العناصر الثلاثة العامة المشار إليها : [ المصداقية ، الجاذبية ، والنفوذ ] ، تفرض كل ثقافة أو بيئة حضارية معينة ، طبيعة الملامح التى تحدد هوية الشخص المؤثر ، أو درجة قوة أو فاعلية كل عنصر من العناصر المختلفة التى تساهم فى تشكيل الشخصية القوية أو المؤثرة ، فمثلا

التدين ، يعد أحد العناصر الرئيسية المهمة فى تشكيل ملامح الشخصية المؤثرة فى المجتمع المصرى ، على عكس الحال مثلاً فى المجتمع الأمريكى .

كذلك ، فإن الثقافة المصرية ، تعلى من قيمة الأصل أو المعدن والنسب ، وكثيراً ما يجرى التمييز بين الأفراد على أساس أصولهم الاجتماعية ، ذلك أن العائلة كانت على مر العصور تلعب دوراً هاماً فى الحياة الاقتصادية والسياسية فى المجتمع المصرى ، فهى التى تحدد النشاط الاقتصادى وحياسة الثروة لأعضائها ، وتقدم لهم الأمن والحماية ، وعلى الرغم من التطورات الاقتصادية والاجتماعية التى عايشها المجتمع المصرى فى الحقب الأخيرة وأثرت على دور النسق العائلى فى الحياة الاجتماعية ، إلا أن هذا العنصر الثقافى لا يزال موجوداً وفاعلاً .

ويلخص د. عبد الفتاح عبد النبى السمات والخصائص العامة للشخصية المؤثرة فى المجتمع من خلال الدور التأثيرى له ، حيث يرى أن الشخص المؤثر هو :

(١) نشط اتصالياً ومتعدد الصداقات والمعارف ، وكثيراً ما يشغل وقت فراغه فى مواصلة التعليم ، وحضور الندوات والمؤتمرات أو اللقاءات الجمعية ، وخلال ذلك يستمتع بنقل معارفه أو أنماط سلوكه إلى الآخرين .

(٢) لديه معارف ومعلومات متعددة بفعل الخاصية السابقة ، وتتنوع مصادر إمداده بالمعلومات وبالذات المطبوعات ( الجرائد ، والمجلات والكتب ) ويعمل باستمرار كمقدم مشورة ومحاولة التدخل فى معالجة المشكلات وإبداء الآراء .



- (٣) من السهل الوصول إليه والاحتكاك به ، ومعروف على نطاق واسع نسبياً في الوسط الاجتماعي أو المهني .
- (٤) لديه ميل للاهتمام بالآخرين والرغبة في مساعدتهم ، كما يحظى باحترام وحب الآخرين وبالسمة الطيبة ، ويقع في الغالب في الفئة العمرية المتوسطة ( ٣٠-٦٠ سنة ) .
- (٥) أكثر اهتماماً بالشئون العامة ، والسياسات القائمة وما يدور في البيئة المحلية أو الخارجية من وقائع وأحداث .
- (٦) أكثر دخلاً وأكثر رشادة في الإنفاق ، وبالذات عندما تنحصر إمكانياته المادية ، وأكثر بذلاً في العطاء والمساعدة ورغبة كبيرة في تعظيم دخله ، والارتقاء بأوضاعه المعيشية ، وإن كانت هذه النزعة تقل مع تزايد العمر .
- (٧) ناجح في عمله وأكثر استماعاً به ورغبة في تجويده وتطويره .
- (٨) حاصل على مستوى أعلى من التعليم الرسمي .
- (٩) ينتمي إلى أسرة مستقرة ومتراصة إجتماعياً ولها مكانة متميزة .

## المهارات العامة للاتصال الفعال

يمكن تصنيف مهارات الاتصال إلى ثلاثة أنواع أساسية هي :

**أولا : مهارات التخاطب :**

وتشمل :

(أ) مهارات الاستماع .

(ب) مهارات الحديث .

**ثانيا : مهارات المعرفة :**

وتشمل :

(أ) مهارات القراءة .

(ب) مهارات الكتابة .

**ثالثا : المهارات الاجتماعية :**

وتشمل :

(أ) مهارات العلاقات العامة .

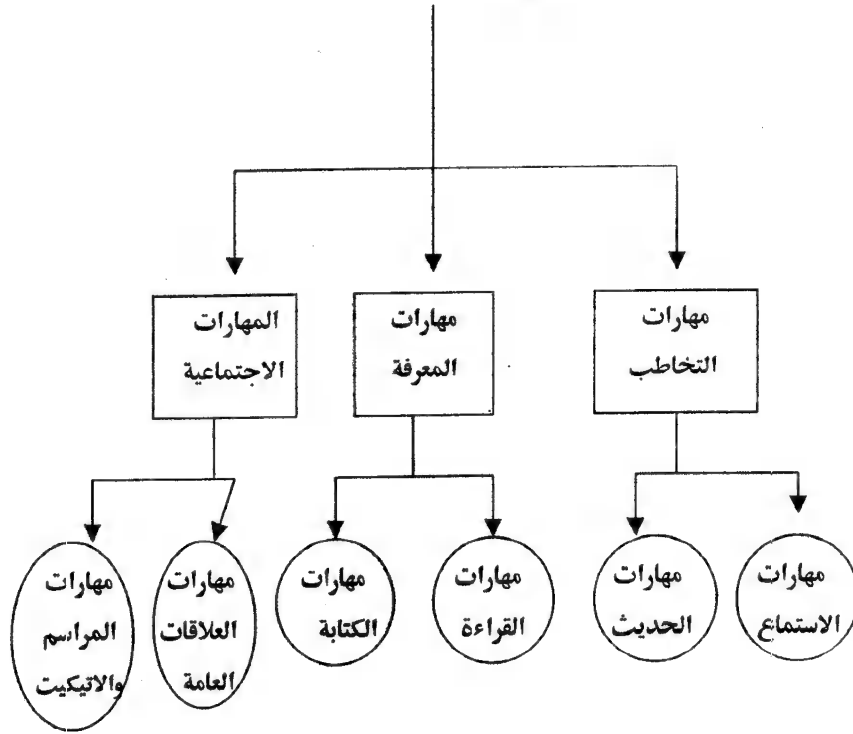
(ب) المراسم ( البروتوكول ) وقواعد

الإتيكيت .

وسوف نتعرض بالتفصيل للنوعين الأولين من مهارات الاتصال وهي مهارات التخاطب ومهارات المعرفة أما مهارات العلاقات العامة فقد عرضنا لها بالتفصيل في معرض الحديث عن المهارات النوعية المرتبطة بأنواع الاتصال ، في حين أن مهارات المراسم وقواعد الإتيكيت تتطلب دراسة مستقلة .....

[ الشكل رقم (١٤) ]

المهارات العامة للاتصال



### أولاً : مهارات التخاطب

وهي تشمل الاستماع والحديث ، فالاستماع الجيد إلى الآخرين له قواعده التي تحكمه ، والحديث المناسب للشخص المناسب في الوقت المناسب له أيضا ضوابطه وأحكامه ، وهذه الضوابط والقواعد والأحكام لفنون الاستماع والحديث هي ما يطلق عليها " مهارات التخاطب " .

### أ) مهارات الاستماع

أهمية حاسة السمع لدى الانسان :

يحدد د. منير حجاب أهمية حاسة السمع وتقدمها على الحواس الأخرى وبخاصة البصر في العوامل التالية: (٣٨)

- ١- إن السمع هو أسبق حواس العقل إلى وصل الإنسان بالكون .
- ٢- تعلق حاسة السمع حاسة البصر في إتساع المدى وفي القدرة على الشمول والإحاطة ، فالإنسان يرى في إتجاه واحد ، في حين أنه يتلقى الأصوات في آن واحد من كل الإتجاهات .
- ٣- يفقد الإنسان حاسة البصر ومع ذلك يظل على اتصال بالجماعة التي يعيش فيها بفضل حاسة السمع ، أما الأصم فتقطع صلته بالجماعة ، إذ لا

(٣٨) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩ .

يملك وسيلة للتفاهم معها وتلقى عواطفها ومشاعرها والوقوف على آرائها وخواطرها .

٤- إن الاستماع شرط أساسى للنمو اللغوى بصفة عامة ويأتى فى المرتبة الأولى من حيث ترتيب المهارات الاتصالية زمنياً فى إطار النمو اللغوى.. فالطفل بعد الولادة بعدة أيام يبدأ فى التعرف على الأصوات المحيطة به، كما يقول علماء النفس ، ويبدأ فى نهاية عامه الأول تقريباً فى نطق الكلمات ... ومع بداية التعليم فى المدرسة يستخدم حصيلة الأصوات المسموعة لديه فى التعرف والتمييز بين أصوات الكلمات المكتوبة ، فيقرأ ويكتب ... ولهذا ينبغى تدريب الأطفال على هذه المهارة فى سن مبكرة، ليكتسبوا القدرة على تصور الأفكار من خلال الألفاظ المنطوقة ، وبالتالي القدرة على تصور هذه الأفكار وطرحها والتعبير عنها شفاهة أم كتابة ، فالاستماع يمكننا من استخدام اللغة وتبادل الكلام ، واللغة هى حجر الزاوية فى سلوكنا الاجتماعى ، ولهذا فللسمع أهمية حيوية بالنسبة للإنسان .

٥- إن الاستماع يقوى انطباعات الود والصراحة ، ويغرى بالمشاركة عن طريق توفير الفرصة للفهم الكامل والدقيق للآخرين .... فالاستماع هو العلاقة الأساسية التى يمكن أن تدل على أن إنساناً يبدى اهتماماً بآخر ويتفهمه ، وذلك فى أى موقف ، فالقائد أو المدير الذى يسعى لإشراك الآخرين فيما يسعى إلى تحقيقه ، هو نفسه القائد أو المدير الذى يتسم بالقدرة على الإنصات الجيد للآخرين ومشاركتهم مشاعرهم وأفكارهم ، ثم إن القائد المنصب يبت فى غيره من القادة أو المديرين على جميع المستويات القدرة على الإنصات ، فيصبحون من فئة المنصتين ...

وبالتالى فإن المؤسسة المنصّنة هى أيضا تلك التى يتزايد احتمال قدرتها على التعامل مع المتغيرات البيئية بسرعة وتحقيق نجاح أكبر ومشاركة أكثر من العاملين ... فالانصات أو الاستماع هو الأداة الرئيسية للتفرقة بين نجاح الإدارة وفشلها . وفى الوقت نفسه يوفر لنا الاستماع فرصة جيدة للتعامل مع الآخرين والتعاون معهم ، حتى وإن كنا لا نشعر نحوهم بالود ... وذلك من خلال التعرف على أفكارهم وآرائهم ومشاعرهم ودوافعهم المختلفة .

٦- إكتساب خبرات الآخرين : فالاستماع يوسع مدارك الفرد ويزيد قدرته على الفهم من خلال التعلم من الآخرين ... فتتعلم كيف يفكر الآخرون .. وماذا يفعلون تحت نفس الظروف وإزاء نفس المشكلات التى تواجهنا .. ونستفيد بالتالى من هذه الخبرات فى حل مشكلاتنا ، وفى تحسين المعنويات ، وزيادة الانتاج .... وهذا ما جعل كثير من المؤسسات تهتم حاليا بالبرامج التدريبية لتنمية المهارات الاتصالية ، وبخاصة بعد أن أثبتت البحوث أن جزءاً كبيراً من الفشل فى هذه المؤسسات يرجع لضعف هذه المهارات لدى العاملين بها ، وبخاصة قدرتنا على استقبال المعلومات .

٧- إكتساب معلومات جديدة : فالاستماع إلى العلماء والخبراء والمتخصصين والمدراء يزودنا بمعلومات وأفكار وإرشادات ومصطلحات جديدة فى مجالات العمل والحياة المختلفة ، فهو وسيلة سريعة وأكثر كفاءة لجمع المعلومات أكثر من القراءة ولنقل اهتمامات وأفكار الآخرين ، فإذا أردت أن تعرف شيئاً عن موضوع معين بسرعة ... يمكنك غالباً أن تجد شخصاً خبيراً فيه لتسأله ... ومن المحتمل أن يتحدث بأسلوب

تفهمه... فيقدم لك استعراضا دقيقا وعاما للموضوع ، ويزودك بالحجج التي تعزز المعلومات المستقاه . ولكي تحصل على نفس هذه المعلومات عن طريق القراءة فإن ذلك يستغرق عدة أسابيع من البحث ... وبينما يمكنك من خلال عملية الإنصات أن تسأل أسئلة من أجل التوضيح الفوري ، فأنت لا تستطيع ذلك كقارئ ... فلا يمكنك أن تسأل الكاتب بمثل تلك السهولة .

٨- تحسين العلاقات : وفي إطار الحياة الاجتماعية يزودنا الاستماع بالمعلومات الضرورية للفهم الكامل للآخرين ... مما يسهل مهمة التفاعل معهم والتأثير عليهم . كما يساعدنا في تحديد الحالة المزاجية للآخرين ، من حيث الشعور بالسعادة أو الغضب أو الضيق . ويساعد عندما يتم بصورة جيدة على تقليل سوء الفهم للآخرين ، وعلى تحسين علاقات الفرد بالآخرين في المنزل والعمل . وعلى اختصار الوقت ، ان المتحدث لن يحتاج لأن يكرر ما يقوله .

٩- التفاعل مع البيئة الخارجية : فالاستماع يساعدنا في اكتشاف البيئة وبالتالي التكيف معها بالصورة التي تحفظ لنا حياتنا ... فأصوات سيارة بسرعة مقبلة حولنا .... وصوت طقطقة خشب يحترق .. أو أصوات الرعد والبرق والعواصف ... وأصوات زئير الأسود ، أو نباح الكلاب ، أو زقزقة الطيور ... أو أصوات الضوضاء المختلفة ... كل منها يترتب عليه استجابة معينة .

١٠- تأكيد الأهمية : فعندما ننجذب إلى شخص آخر وننصت إليه باهتمام ، سواء أكان يتحدث في محاضرة عامة ، أو يحدثنا عن مشاكله العاطفية ، أو عن متاعبه في العمل ، فهذا يعني أهميته كمتحدث ...

وبصفة عامة فإن كل إنسان يشعر باحتياج أساسى للشعور بهذه الأهمية ،  
وبالحاجة لأن ينصت إليه باهتمام ... ولذلك كان الحبس الإنفرادى أبلغ  
وسائل العقاب ... لأنه يحرم الإنسان من إشباع هذا الاحتياج .

١١- الإعجاب والسرور : فالاستماع أحد المصادر الأساسية للإعجاب  
والسرور ... فالاستماع للموسيقى ، وللأعمال الدرامية فى الإذاعة  
والتليفزيون والسينما والمسرح ، والاستماع لكلمات الحب وأحاديث  
الود ، كلها مصدر للشعور بالإعجاب بالصورة التى تدخل السرور إلى  
نفوسنا .. وكذلك الاستماع إلى أصوات الطبيعة ، فخرير المياه وزقزقة  
العصافير وهففات النسيم تريحنا وتدخل الراحة إلى نفوسنا .

١٢- التقييم : فمن خلال الاستماع نتلقى يوميا عشرات الرسائل التى  
تحثنا على الاستماع لبرنامج أو لقراءة كتاب ... أو لتشجيعنا أداء عمل  
معين ... فكل شخص يريد أن يؤثر علينا ... وهذه المعلومات تساعدنا  
على وزن الأمور وتقييمها ، واتخاذ المواقف المختلفة .

١٣- الفهم : وهو الهدف الأساسى للاستماع ... فنحن نستمع للمناقشات  
والأحاديث والمحاضرات والندوات وللإذاعة والتليفزيون ، ولغير ذلك  
من المصادر ، لفهمهم أولاً ... ثم لنستفيد مما نسمعه .... والفهم لا يعنى  
قبول كل ما يعنيه المتحدث .... ولكنه ضرورى لهذا القبول ، وضرورى  
لتحقيق الاستجابات الصادرة.

#### تعريف الاستماع :

يصنف ذات المرجع تعريفات الاستماع إلى أربعة أنواع هى :



(١) تعريف الاستماع وفقا لمعيار المنبه الصوتي :

الاستماع هو العملية التي تستقبل بها أذن الانسان من خلالها المنبهات الصوتية من الآخرين ، وتحيلها إلى مخ الانسان لتفسيرها وتذكرها واسترجاعها .

(٢) تعريف الاستماع وفقا لمعيار لغة الحديث :

الاستماع هو القدرة على فهم اللغة المستخدمة في الحديث .

(٣) تعريف الاستماع وفقا لمعيار النطق والاشارة :

الاستماع هو عملية استيعاب لكل من الرموز المنطوقة والاشارات الشفهية والمرئية ما بين المرسل والمستقبل .

(٤) تعريف الاستماع وفقا للمعيار الموضوعي :

الاستماع هو عملية استقبال وتفسير وتحليل وحفظ المعلومات .

**عناصر عملية الاستماع :**

يمكن تحديد عناصر عملية الاستماع فيما يلي :

(أ) المتحدث :

وهو القائم بالاتصال والذي يدلي بمعلومات أو بيانات أو أحاديث إلى المستقبل لهذه المعلومات .

وعملية الاستماع ( من جانب المتحدث ) تؤثر فيها عدة عوامل من شأنها إتمام عملية الاستماع على الوجه المطلوب أى نجاح عملية الاستماع إذا توافرت هذه العوامل ، وفى حال عدم توافر كل أو بعض

هذه العوامل أدى ذلك إلى فشل عملية الاستماع وتبدد المعاني والأفكار المرسله من القائم بالاتصال .

وعوامل نجاح عملية الاستماع ( من جانب المتحدث ) هي :

- وضوح الصوت .
- سهولة انتقال الألفاظ والاشارات إلى المستقبل .
- مصداقية وقوة المتحدث بالنسبة إلى المنصت أو المنصتين للحدث.

(ب) المستمع :

لكي يحقق الاتصال السمعى أهدافه ويصبح إتصالا إيجابيا يجب أن تتوفر في المستمع المقومات والقدرات التالية :

- ١- الانتباه وسعة الأفق .
- ٢- إدراك هدف المتحدث .
- ٣- التمييز بين جمل الحقيقة والرأى .
- ٤- التمييز بين البراهين المنطقية والعاطفية .
- ٥- ملاحظة مدى الحياد أو الانحياز للمتحدث .
- ٦- تمييز اتجاه المتحدث .
- ٧- تمييز التناقضات بين الرسائل الشفهية وغير الشفهية للمتحدث .
- ٨- استخدام الأسلوب الامثل للاستماع .
- ٩- القدرة على فهم اللغة الشفهية للحدث وتمييز الأفكار الرئيسة .
- ١٠- القدرة على تحديد التفاصيل الفرعية .
- ١١- تمييز العلاقات الواضحة بين الأفكار .

١٢- القدرة على استدعاء أو استرجاع الأفكار والتفاصيل الرئيسة .

(ج) الرسالة السمعية :

وهي الألفاظ والاشارات والتعبيرات الصادرة عن المتحدث .....

• الألفاظ :

يجب أن تكون واضحة ومفهومة لدى المستمع ، كما يجب على المتحدث مراعاة الإطار الدلالي لألفاظه وكلماته لدى المستمع .

• الاشارات والتعبيرات :

وهي عبارة عن حركات جسدية يعبر بها المتحدث عن أفكاره وهي في غالب الأحوال تكون مكملة أو مصاحبة أو متممة لل عبارات والكلمات .

ومثال الاشارات والتعبيرات الجسدية :

الابتسامة أو العبوس - حركات العيون والحواجب والفم واللسان والأصابع - إيماءات الرأس والأيدى والأذرع والأرجل .

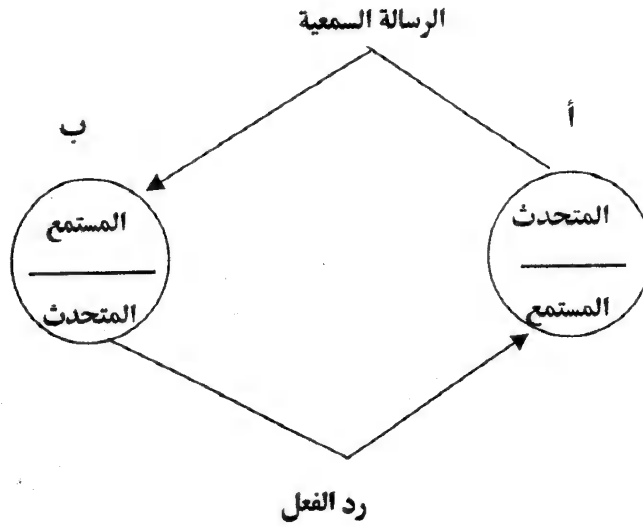
(د) الأثر أو النتيجة :

وهو تحقيق الهدف من الرسالة السمعية الموجهة من المتحدث إلى المستمع ، ويتحقق أثر الرسالة السمعية أو نتيجة الرسالة السمعية عن طريق الخطوات التالية :

- حسن الاستماع .
- إدراك وفهم واستيعاب معانى ومقاصد الرسالة السمعية .
- تكوين اتجاه فكرى - عقلى تجاه الرسالة السمعية سواء كان هذا الاتجاه إيجابى ( الاقتناع بالرسالة ) أو سلبى ( عدم الاقتناع بها ) .

• رد الفعل (رجع الصدى) :

وهو الاستجابات اللفظية أو غير اللفظية تجاه الرسالة السمعية التي تصدر عن المستمع بعد سماعه الرسالة السمعية ، فيقوم بتوجيه ألفاظ أو إشارات أو الأثنين معا إلى المتحدث ، ويصبح المستمع في هذه الحالة متحدثا والمتحدث مستمعا وذلك في الاتصال السمعي الحوارى ، كما يوضحه الشكل التالى :



[ الشكل رقم (١٥) دورة الرسالة السمعية ]

بين المتحدث والمستمع ]

## أنواع الاستماع

يمكن تصنيف "أنواع الاستماع" وفقا لعدة معايير من أهمها :

### (أ) المعيار الكمي :

وفقا للمعيار الكمي يمكن تصنيف الاستماع إلى ثلاثة أنواع من

الاستماع هي :

(١) الاستماع الثنائي :

وهو التخاطب السمعي بين شخصين .

(٢) الاستماع الجمعي :

وهو التخاطب السمعي بين مجموعة من الأشخاص .

(٣) الاستماع الجماهيري :

وهو الرسالة السمعية الموجهة إلى أعداد كبيرة من المستمعين

ومثاله الواضح " الإذاعة " .

### (ب) وفقا للمعيار الشخصي (المواجمي) :

(١) استماع مباشر :

وهو عبارة عن وجود المتحدث والمستمع معا في مكان واحد

وزمن واحد " وجهها لوجه " .

(٢) الاستماع غير المباشر :

وهو نوعان :

x استماع بين شخصين ولكن ليس بالواجهة ومثاله الرسائل الصوتية المسجلة .

x استماع عبر وسيلة اتصال ، مثل : التليفون ، اللاسلكي ، الإذاعة .... الخ

(ج) وفقا لمعيار الهدف :

يمكن تصنيف الاستماع وفقا لمعيار الهدف من الاتصال السمعي  
إلى نوعين من الاستماع هما :  
(١) الاستماع المقصود :

وهو يمثل رغبة المستمع في الاستماع إلى رسالة المتحدث  
وحرصه على تلقي الرسالة السمعية واهتمامه بها .

(٢) الاستماع العابر :

وهو الاستماع العارض أى الاستماع غير الإرادى والذي يصل  
إلى أذن المستمع بالمصادفة ومن ثم فهو لا يعد من الرسائل الاتصالية  
السمعية الهادفة .

(د) وفقا للمعيار الموضوعى :

يمكن تصنيف الاستماع وفقا لمعيار موضوع الاستماع مثل :  
[ الاستماع التعليمي ... التثقيفى ... التربوى ... الترفيهى ... الخ ] .

معوقات الاستماع :

يمكن عرض أهم معوقات الاستماع فيما يلى :

• انعدام الإطار الدلالي :

إن اختلاف معانى الألفاظ ومدلولات العبارات ومقاصد الإيماءات  
والاشارات بين المتحدث والمستمع وهو ما يعرف باختلاف الإطار  
الدلالي يؤدى - حتما - إلى عدم فهم المستمع للرسالة السمعية  
وبالتالى عدم تحقيقها للأهداف المرجوة منها .

• **التشويش:**

وهو عمليات التدخل الصوتي بين المتحدث والمستمع .

• **عدم الأهمية:**

قد لا تشكل الرسالة السمعية لدى المستمع أهمية أو فائدة فينصرف

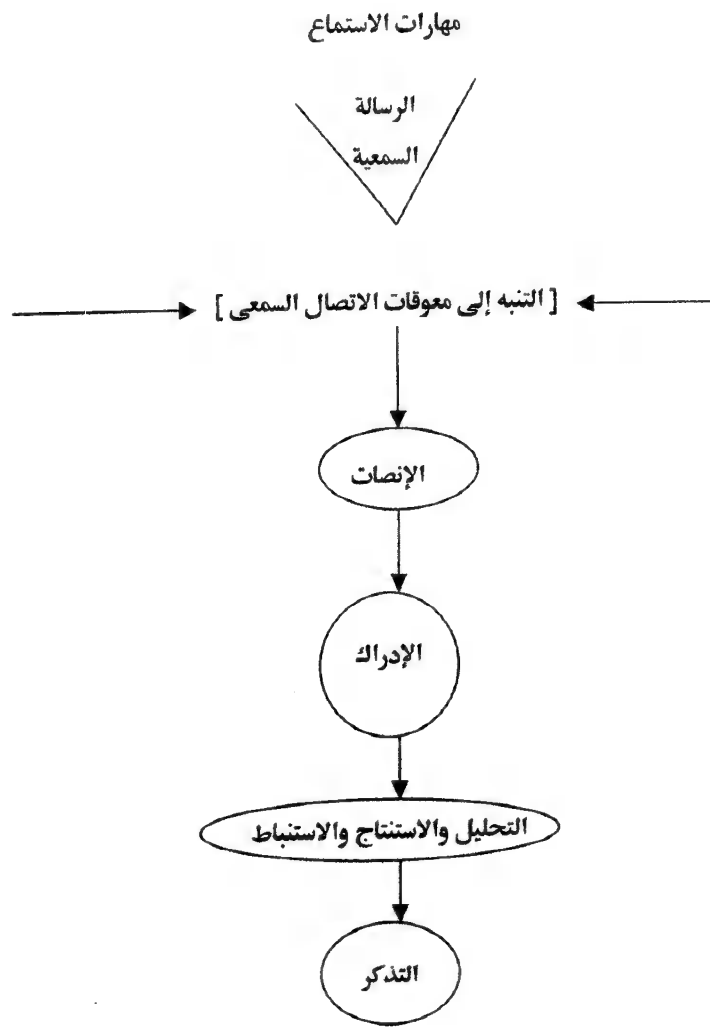
عنها، ومظاهر عدم الأهمية :

السرхан – اللامبالاة

**مهارات الاستماع**

يمكن حصر أهم مهارات الاستماع فيما يلي :

[ انظر الشكل رقم (١٦) ]



[ الشكل رقم (١٦) مهارات الاستماع ]



### أولاً : التنبيه إلى معوقات الاتصال السمعي :

وهي ( إنعدام الإطار الدلالي - التشويش - عدم الأهمية )

ويمكن التغلب على هذه المعوقات بالطرق التالية :

- ١- التنبه إلى المتحدث .
- ٢- التركيز في استماع الرسالة السمعية .
- ٣- تجنب الاستماع إلى عناصر التشويش الخارجي .

### ثانياً : مهارة الانصات :

إن الاهتمام بأحاديث الآخرين والانصات إلى الأحاديث الموجهة للشخص فضلاً عن كونه مهارة من مهارات الاتصال بوجه عام إلا أنه في ذات الوقت يعتبر قاعدة مهمة من قواعد التخاطب ، فلكي يسمعك الآخرون باهتمام يجب أن تبدأ أنت بالاهتمام إلى أحاديث الآخرين بحسن الانصات وابداء الاهتمام للرسائل السمعية الموجهة إليك .

### ثالثاً : مهارة الإدراك :

مجرد الانصات وحده لا يكفي لتحقيق مهارة الاستماع ، إذ يعقب عملية الانصات عملية إدراك وفهم الرسالة السمعية على الوجه التالي :

- فهم معاني الكلمات والألفاظ .
- استيعاب مدلول الاشارات والإيماءات .

وهذه الاشارات والإيماءات قد تأخذ أحد الصور التالية :

- الإيماءات والاشارات المتممة للكلمات والألفاظ أو إشارة اليدين الدالة على فض الاجتماع .

- الإيماءات والاشارات المؤكدة لمعاني الكلمات والألفاظ مثل حركات اليدين والأصابع التي تتوافق مع الكلمات والألفاظ .
- الإيماءات والاشارات الشارحة والمفسرة لمعاني الكلمات مثل علامات الفرح أو الغضب .

#### رابعاً : مهارة التحليل والاستنباط والاستنتاج :

يحدث كثيراً أن يفهم المتلقون الرسالة الاتصالية السمعية كل على وجه مخالف للآخر رغم وحدة الرسالة ووحدة الزمان والمكان وسهولة الألفاظ والعبارات ، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى عدم وحدة عناصر التحليل والاستنباط والاستنتاج لدى المتلقين ، فيفسر كل واحد منهم الرسالة السمعية الاتصالية على وجه مخالف للآخرين .

#### خامساً : التذكر :

لا تقف مهارات الاستماع عند مرحلة التحليل والاستنباط والاستنتاج فقط بل يجب أن يحتفظ المرء - في ذاكرته - بالأحاديث المهمة التي تناهت إلى أسماعه ، ويكون لديه المقدرة على استرجاعها من الذاكرة كما هي وفي الوقت المناسب .

#### (ب) مهارات الحديث

فن الحديث هو الوجه المقابل لفن الاستماع في مهارات التخاطب .

### تعريف الحديث :

هو الرموز اللغوية المنطوقة التي تجرى بلسان المتحدث والتي قد يكون ملازما لها الايماءات والاشارات التعبيرية الصادرة عن أجزاء بجسم الانسان والتي تنقل الأفكار والمعاني والمشاعر والأراء إلى المستمعين .

### أهمية الحديث :

يعد اللسان معجزة من معجزات خلق الله لبنى البشر ، فالحيوانات والطيور لديها " لسان " أيضا ولكن معجزة الخالق هي التي أنطقت لسان الانسان ليعبر عن أفكاره ومشاعره وأرائه .

فالحديث هو الأسلوب الأساسي في الاتصال البشرى في كافة صوره وأشكاله وفي كل مجالاته السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية ..... الخ .

وعن طريق الحديث ( بواسطة اللسان ) يعبر الانسان عن :

- x أفكاره ومعتقداته وتفكيره وعقله .
- x مشاعره وأحاسيسه وعواطفه .
- x أرائه وأقواله ووجهات نظره فيما يدور حوله .

وعندما يفقد الانسان القدرة على الحديث لأى سبب من الأسباب

فإنه يلجأ إلى وسائل بديلة للحديث المنطوق وهى :

- الإيماءات :

بالرأس كتعبير عن الموافقة والرضا أو الرفض وعدم الرضا .

- الاشارات :

عن طريق الأصابع واليدين مثل طلب حاجة معينة .

- التعبيرات الجسدية :

عن طريق أجزاء من جسم الانسان مثل حركات العينين والحواس والأذرع والقدمين .

عناصر عملية الحديث :

تتكون عملية الحديث من أربعة عناصر أساسية [ انظر الشكل رقم

(١٧) ] وهي :

[١] المتحدث :

ومن جانب المتحدث ، يجب مراعاة عوامل نجاح الحديث التالية :

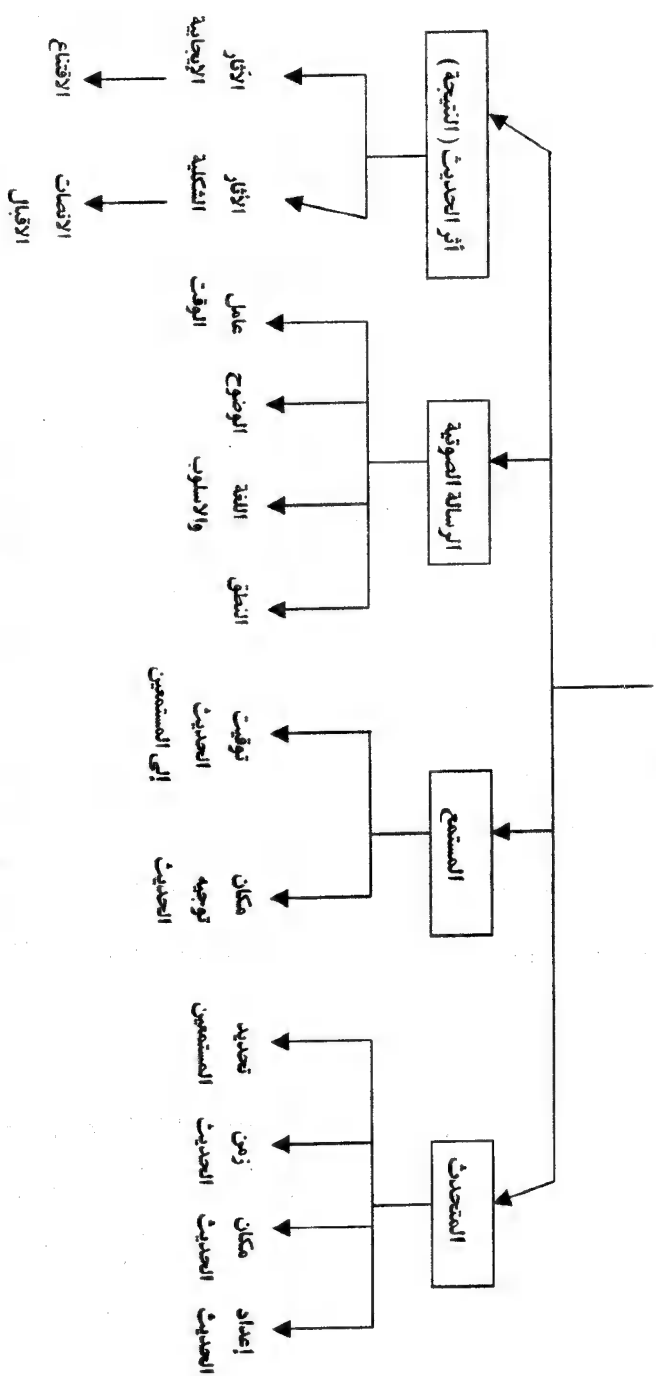
(أ) إعداد الحديث :

يجب على المتحدث أن يحدد مقدما الأهداف التي يسعى إلى

تحقيقها من خلال الحديث المزمع نطقه إذ :

" يجب على الانسان أن يتكلم بعقله قبل أن يتكلم بلسانه " ، فالبعض يطلق لسانه بغير حدود ويتحدث كثيرا دون هدف واضح ومحدد مما يفقد الانسان مصداقيته واحترامه وقوته أمام الآخرين ، والبعض الثاني يتكلم بقلبه أو مشاعره واحاسيسه ، ولكن أفضل الكلام هو الكلام الذي يمرره الانسان على عقله قبل أن يقذف به بلسانه . كما يجب على المتحدث اختيار مادة الحديث ومفرداته وعنوانه والتي يجيدها المتحدث واستبعاد الموضوعات والمواد التي تخرج عن نطاق خبراته ومعلوماته ومعارفه .

## عناصر عملية التحديث



[ الشكل رقم (١٧) عناصر عملية التحديث ]

(أ) مكان الحديث :

يجب على المتحدث أن يختار المكان الملائم لكي يتحدث إلى الآخرين طبقا للقول المأثور " لكل مقام مقال " ، فالكلام الذي يقال في البيت غير الذي يقال في النادي أو في الجامعة ... وهكذا ...

(ب) زمن الحديث :

من المهارات الأساسية للحديث اختيار المتحدث الوقت المناسب للتكلم دون استعجال أو تأخير فالحديث المناسب يشبه تماما قطف الثمار في الوقت المناسب ، والاستعجال بالتكلم قبل أوان الحديث مثل قطف الثمار قبل أوانها ، كذلك الحديث المتأخر ليس له فائدة ، فليس كل ما يتطرق إلى عقل الانسان وفكره قابل للافصاح عنه في أى وقت ، فمهارات الحديث لا تعرف الاحاديث العفوية أو الارتجالية أو الحديث لمجرد الحديث .

(د) تحديد المستمعين :

يجب على المتحدث أن يحدد - أولا - قبل أن يشرع في الكلام من هم المستمعين الذين سيوجه إليهم حديثه ؟ ... وما هي أعدادهم وأنواعهم وصفاتهم ؟ فعلى ضوء تحديد نوعية المستمعين وأعدادهم وصفاتهم ومدى علاقتهم بالمتحدث ، يستطيع أن يحدد بمهارة مشتملات الرسالة الصوتية وأسلوبها ومفرداتها إذ يختلف مضمون الحديث حسب نوعية المستمعين وصفاتهم ومدى صلتهم بالمتحدث .

[٣] المستمع :

العنصر الثاني من عناصر " عملية الحديث " هو المستمع ذاته ، وينظر إلى

المستمع من منظورين :

الأول : أين يوجد المستمع ؟

الثاني : متى يوجد المستمع ؟

وعلى ضوء الإجابة عن هذين السؤالين يصيغ المتحدث رسالته الصوتية ويرتب مفردات حديثه .

فالمتحدث يسأل نفسه أولاً أين يوجد المستمعين الذين سيتوجه إليهم بالحديث ؟ ثم يسأل نفسه ثانياً متى سيتواجدون ؟ ، فمكان وجود المستمعين وزمان تواجدهم في هذا المكان من العناصر المهمة في تحقيق المهارة الاتصالية الصوتية .

### [ ٣ ] الرسالة الصوتية :

لكي تنجح الرسالة الصوتية الموجهة من المتحدث إلى المستمعين يجب أن تتوافر لها المقومات التالية :

#### ( أ ) النطق :

الصوت هو العامل الحاسم في مهارات الاتصال الصوتي ، وتوجد عدة مواصفات للنطق الصحيح يجب توافرها في المتحدث هي :

##### • نقاء الصوت :

يجب أن يصل الصوت واضحاً إلى المستمع أو كل المستمعين وبالتالي يجب على المتحدث أن يتأكد من وصول الصوت إلى مستمعيه .

##### • الفطو السليم :

يجب على المتحدث أن يكون متمكناً من لغته ومفردات اللغة من عبارات وكلمات وحروف والالتزام بقواعد النحو والصرف إذا ما كان موضوع الحديث يستلزم ذلك مثل المقابلات الرسمية أو الأحاديث الثقافية والتعليمية .

ومن مهارات النطق السليم الضغط على مخارج الألفاظ ، والوقوفات المناسبة .

• سرعة الحديث :

يجب على المتحدث أن يراعى دائما ضبط سرعة الحديث وإيقاعه بحيث لا يكون متسرعا إذ أن التسرع لا يمكن المستمع من متابعة الحديث واستيعابه وفهمه كما أن البطء الشديد في نطق الكلمات والعبارات يخرج المستمع من هيمنة المتحدث ويجعل ذهنه سارحا أو لاهيا عن الالتفات إلى الحديث .

(ب) اللغة والأسلوب :

يجب أن يكون لغة المتحدث مناسبة لادراك وثقافة المستمع كذلك أساليب التعبير ، إذ يجب على المتحدث أن يراعى المستوى الثقافى والمعرفى للمستمعين ويوجه إليهم الحديث باللغة والأسلوب الذي يتواءم مع هذا المستوى الثقافى والمعرفى .

وفى حال اختلاف لغة المتحدث عن لغة المستمع يراعى الالتزام بالقواعد

التالية :

x إذا كان الحديث بلغة المتحدث :

يجب أن يتأكد المتحدث أن المستمع يجيد فهم واستيعاب لغة المتحدث .

x إذا كان الحديث بلغة المستمع :

يجب أن يتأكد المتحدث أنه يجيد استخدام لغة المستمع إجادة تامة .

x اللغة المشتركة :

إذا كان المتحدث يتكلم اللغة العربية والمستمع يتكلم اللغة الصينية أو اليابانية ، فيمكن أن يلجأ المتحدث إلى لغة مشتركة " كاللغة الإنجليزية " بشرط أن يجيدها كلا من المتحدث والمستمع .

x الترجمة :

يلجأ المتحدث إلى أسلوب الترجمة إذا كان المتحدث لا يجيد لغة المستمع وإذا كان المستمع أيضا لا يجيد لغة المتحدث ، وإذا لم تكن



بينهما لغة مشتركة للتخاطب ، ففي هذه الحال لابد وأن يلجأ المتحدث إلى أسلوب الاستعانة بمترجم .

#### (ج) الوضوح :

يجب أن تكون الرسالة الصوتية واضحة تماما لدى المستقبل ( المستمع ) ، ويقصد بالوضوح :

x وضوح الصوت ذاته :

إذ يجب إذا كان الاتصال مباشرا أن تكون درجة الصوت عالية بالقدر الذي تصل به - دون إزعاج - إلى المستمعين ، وإذا كان الاتصال عبر وسيلة اتصالية ( كميكروفون مثلا ) يجب أن يكون الصوت واضحا بدرجة كافية دون زيادة تسبب ضوضاء أو تلوثاً سمعيا ، ودون نقصا يبعث على إنصراف المستمعين عن كلام المتحدث .

x وضوح المعنى :

يجب - عادة - أن تكون معانى الكلمات والعبارات واضحة تماما في ذهن المستمع وعقله ولا تحتمل أكثر من معنى إلا في الموضوعات السياسية وخاصة المفاوضات السياسية ، إذ قد يكون من المفيد التحدث بعبارات أو كلمات تحتمل أكثر من معنى لتحقيق مقاصد تفاوضية أو أهداف سياسية معينة .

#### (د) عامل الوقت :

يجب الالتفات إلى " الوقت الملائم " للحديث ، ويمكن النظر إلى عامل

الوقت من خلال عدة اعتبارات هي :

• عامل الوقت من جانب المتحدث :

يجب أن ينتقى المتحدث الوقت المناسب له لتوجيه رسالته إلى المستمعين بحيث يكون مستعدا نفسيا وعقليا وجسمانيا .

• عامل الوقت من جانب المستمع :

يجب أيضا أن يراعى المتحدث ملاءمة الوقت بالنسبة للمستمع ، فالتحدث إلى المستمع المرهق جسديا أو المتوتر نفسيا أو المضطرب عقليا لا يحقق النتائج المرجوة .

• ارتباط عامل الوقت بعامل المكان :

من مهارات الاتصال التخاطبي أيضا الملاءمة بين عاملى الزمان والمكان ليكون الحديث مؤثرا ثماره في الوقت المناسب والمكان المناسب .

[2] أثر الحديث "النتيجة" :

يمكن التفرقة بين نوعين من أثر الحديث ونتيجته :

أ- الآثار الشكلية للحديث :

وتتمثل في المظاهر الخارجية للمستمعين مثل :

الهدوء - الانصات - الاصغاء الجيد - عدم مغادرة مكان الحديث .

ب- الآثار الموضوعية للحديث :

وهي إقناع المستمعين بالحديث وتأييده وهو الهدف النهائي الذي يسعى إليه - بطبيعة الحال - المتحدث في كل الأحوال سواء كان الحديث سياسيا أو ثقافيا أو تعليميا ... الخ .

معوقات الحديث :

هي ذاتها معوقات الاستماع السالف ذكرها ، ومن أهمها :

- إنعدام الإطار الدلالي بين المتحدث والمستمع .

- التشويش .

- عدم الأهمية ( انصراف المستمعين عن الحديث انصرافا ماديا أو ذهنيا أو

نفسيا ) أو عدم اهتمام المستمعين بموضوع الحديث ، أو وجود خلل في

أحد مفردات عناصر عملية الحديث السالف الإشارة إليها .

#### أنواع الحديث :

- هى ذاتها - من الوجهة المقابلة - أنواع الاستماع السالف ذكرها فى معرض الحديث عن مهارات الاستماع ، ومن أهم أنواع الحديث :
- x من حيث المعيار الكمي :
  - [ الحديث الثنائى - الحديث الجمعى - الحديث الجماهيرى ]
  - x من حيث المعيار الشخصى :
  - [ حديث شخصى (مواجهى) - حديث غير مباشر (غير مواجهى) ]
  - x من حيث الهدف :
  - [ حديث عابر (مجرد دردشة كلامية) - حديث مقصود (هادف) ]
  - x من حيث المعيار الموضوعى :
  - [ سياسى - ثقافى - دينى - تعليمى ..... الخ ]
  - x من حيث الوسيلة المستخدمة :
  - [ حديث شخصى مسجل (رسالة صوتية - حديث إذاعى - حديث تليفزيونى - حديث مقروء "عبر الانترنت" ) ]

#### مهارات الحديث

يمكن إيجاز أهم مهارات الحديث الفعال والناجح فيما يلى :

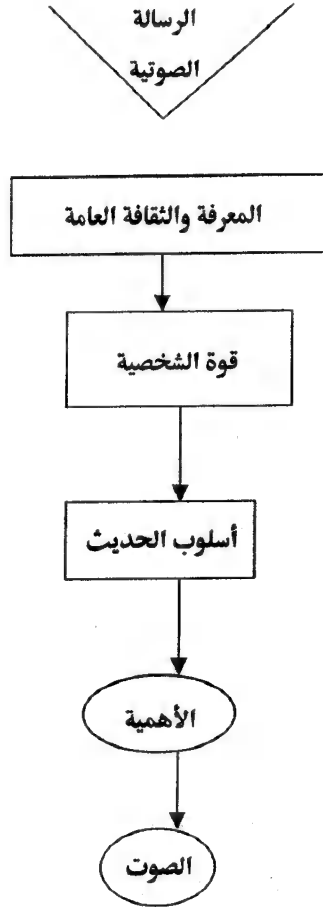
( أنظر الشكل رقم ١٨ )

#### أولا : المعرفة والثقافة العامة :

يجب أن تتوفر للمتحدث مرجعية ثقافية واسعة وخلفية معرفية كبيرة ، فالثقافة والمعرفة هى الرصيد الثقافى والعلمى الذى يأخذ منه المتحدث أفكاره وأراءه ومعتقداته ومادة الحديث الذى يصيغه بأشكال وطرق مختلفة وفق ظروف ومناسبات الحديث وتبعا لنوعية المستمعين ، وهذه المهارة ( مهارة المعرفة

والثقافة) يجب ان تتوفر بدرجة كبيرة فى الأحاديث السياسية والدينية والثقافية والتعليمية والتربوية ، وبدرجة أقل فى الاحاديث الاجتماعية بوجه عام والأحاديث الخاصة .

[ الشكل رقم (١٨) مهارات الحديث ]



## ثانياً : قوة الشخصية :

لكى يكون الحديث قويا ومؤثراً لدى المستمعين ، ولكى يحقق الحديث أهداف المتحدث يجب أن تتوفر صفة " قوة الشخصية " لدى المتحدث ومن أهم عناصر قوة الشخصية :

### • القمرة على الاقناع :

وهى من السمات الشخصية ، والصفات المكتسبة التى تعين المتحدث على إتمام رسالته الخطابية على الوجه الأكمل .

### • المظهر اللائق :

إن المظهر العام للمتحدث يمثل عنصراً مهماً من عناصر قوة الشخصية التى تعين على قبول المستمعين للمتحدث ( الملابس - المظهر العام - الذوق العام ) .

### • الالتزام بقواعد المراسم ( البروتوكول ) وفنون الاتيكيت :

وذلك فى جميع التصرفات ( فى الملبس والمأكل والجلوس وكافة التصرفات الاجتماعية ) .

### • الدقة :

عندما يتأكد المستمعون من دقة المعلومات وصحتها التى يتكلم بها المتحدث يكون ذلك من دواعى تحقيق الهدف النهائى من الاتصال الخطابى .

### • الاتزان :

وعدم الانفعال أو انفلات الأعصاب مهما واجه المتحدث من مشكلات ، والقدرة على امتصاص سلوك المستمعين واحتواء ما قد يبدر من البعض منهم من سلوكيات من شأنها التشويش على الاتصال الخطابى .

• القدرة على التعبير العركي :

مثل السير أثناء الحديث أو استعمال - أو عدم استكمال - تعبيرات الوجه وإيماءات الرأس وإشارات اليدين فقد تكون مطلوبة في بعض أنواع التخاطب مثل التخاطب التعليمي وقد تكون غير مطلوبة على الإطلاق في موضوعات أخرى مثل التخاطب الدبلوماسي .

• سرعة البديهة :

يجب أن يتحلى المتحدث بسرعة البديهة والتصرف السليم إزاء المواقف المحرجة أو السلوكيات غير المتوقعة أو الأسئلة التي تخرج عن موضوع الحديث أو الحوادث العارضة ، فهذه العناصر هي التي تفرق تماما بين المتحدث الذي يتمتع بقوة الشخصية أو المتحدث ضعيف الشخصية .

ثالثا : أسلوب الحديث :

يعتمد أسلوب الحديث الناجح على عدة مقومات من أهمها :

١- ترتيب الأفكار :

يجب على المتحدث قبل أن يشرع في الحديث أن يقوم بعملية ترتيب وتنظيم الأفكار ووضعها في تسلسل متناغم بحيث تتصل الفكرة الأولى بالثانية وتمهد الفكرة الثانية للثالثة وهكذا .....

٢- مدخل الحديث وفاتمته :

يجب على المتحدث أن ينتقى المدخل المناسب للحديث والملائم لصفات المستمعين وطباعهم ، ومداخل الأحاديث هي :

* المدخل العقلي	* المدخل العاطفي
* المدخل النفسي	* المدخل الديني
* المدخل التربوي	* المدخل الأمر

\* المدخل المختلط

٣- التشويق :

لا يجب أن يكون الحديث - بكامله - جامدا وجادا بل يجب أن يتخلل الحديث بعض المواد المشوقة للمستمعين لجذب انتباههم للمتحدث ومن بين مواد التشويق التي تستخدم في الاتصال الخطابي :

- أبيات الشعر
- النواذر
- الحكم والأمثال
- الفكاهة المحسوبة

- المقدمات المشوقة

٤- استخدام وسائل إيضاح :

مثل الأفلام والبروجكتور ، خاصة في الاتصال ، التعلم . .  
٥- الموضوعية والصدق والأمانة العلمية والثقافية .

رابعا : الأهمية :

يجب أن يشغل موضوع الحديث أهمية خاصة لدى المستمعين وأهمية الحديث تكون ناتجة عن اهتمامات المستمعين وفقا لمجالات وموضوعات الاتصال التخاطبي " سياسية - اقتصادية - دينية ..... الخ " .  
وبناء على ذلك يجب على المتحدث أن يراعى الضوابط التالية ( بالنسبة لأهمية الحديث ) :

- ١- أن يختار من الموضوعات ما يمثل أهمية لدى المستمعين .
- ٢- أن يدلل في حديثه بكافة أساليب الحديث السالف ذكرها عن مدلول هذه الأهمية .
- ٣- أن يركز في حديثه على النقاط الجوهرية التي تمثل أهمية لدى المستمعين .

#### خامسا : الصوت :

يجب على مداومى التحدث والذين يشغلون مهامنا تستوجب مداومة الحديث ( مثل المذيع - المحاضر - مقدم البرامج ) أن يداوموا على الاعتناء بالصوت باعتباره أحد مهارات الاتصال الخطابى المهمة ومن مظاهر الاعتناء بالصوت :

##### • التمرين الصوتي :

يجب على هذه النوعية من المتحدثين المداومة على أداء التمارين الصوتية من وقت لآخر ، وتشمل هذه التدريبات :

- درجة الصوت ( العلو - الانخفاض ) .
- سرعة الصوت المناسبة .
- التدريب على فنون الالقاء .
- دراسة فنون الخطابة .
- قواعد النحو والصرف .

##### • ضبط الانفعالات المسببة الصوتية :

ذلك أن درجة الحماس والانفعال المحسوب قد تكون مطلوبة فى بعض الأحيان مثل اللقاءات والخطب السياسية . وبالتالي يجب أن يتعود المتحدث على عملية " التحكم فى الصوت " .

##### • تجنب " اللازمة " الكلامية :

واللازمة الكلامية هى كلمة أو عبارة يعتاد البعض على ترديدها دائما بمناسبة وبدون مناسبة وهى تعد من عيوب الحديث الجوهريّة ، وبالتالي فإن التخلص من " اللازمات الكلامية " يعد أحد المهارات المهمة فى الاتصال التخاطبى .



## ثانيا : مهارات المعرفة

لم تكن مصادفة أن تكون الآية الأولى التي أنزلها الله سبحانه وتعالى على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم بواسطة سيدنا جبريل في غار حراء هي :

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾ اقْرَأْ وَرَبُّكَ  
الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

سورة العلق ، الآيات (١:٥)

والخطاب الديني الأمر في هذه الآيات الكريمة ليس موجها إلى محمد بن عبد الله (ص) خاصة ولكنه تكليف إلهي إلى البشر جميعا وهو أول تكليف يهبط به الوحي السماوي من الله العليم البصير إلى البشر جميعا وهو الأمر بالقراءة والكتابة، فالأمر بالقراءة والكتابة كان أسبق من الأمر بالعبادات ، مما يدل دلالة لا ظن معها أن الله سبحانه وتعالى يحث بنى آدم على التزود بالقراءة والكتابة فهي المقدمة الطبيعية للتقدم والازدهار والرقى سواء على المستوى البشرى العام أو على المستوى الفردي الخاص ، ومما يؤكد هذا المعنى أن الرسول الكريم (ص) كان أميا لا يعرف القراءة والكتابة فكان رده على سيدنا جبريل : " ما أنا بقارىء " ...! وفي تفسير الإمام بن كثير لهذه الآيات :<sup>(٣٩)</sup>

[ .... فأول شيء نزل من القرآن هذه الآيات الكريمات المباركات وهن أول رحمة رحم الله بها العباد وأول نعمة أنعم الله بها عليهم ، وفيها التنبيه على ابتداء خلق الانسان من علقه وأن من كرمه تعالى أن علم الانسان ما لم يعلم فشرفه وكرمه بالعلم وهو القدر الذى امتاز به أبو البرية آدم على الملائكة ، والعلم تارة يكون فى الأذهان ، وتارة يكون فى اللسان وتارة يكون فى الكتابة باللسان : ذهنى ولفظى ورسمى ، والرسمى يستلزمهما من غير عكس فلهذا قال ( اقرأ وربك الأكرم الذى علم بالقلم . علم الانسان ما

<sup>(٣٩)</sup> الحافظ عماد الدين أبو الفداء اسماعيل بن كثير القرشى الدمشقى ، تفسير القرآن العظيم - الجزء الرابع - ، القاهرة : مكتبة دار التراث ، غير معلوم سنة النشر .

لم يعلم ) وفى الأثر قيدوا العلم بالكتابة وفيه أيضا من عمل بما علم ورثه الله علم ما لم يكن يعلم ] .

### أ- مهارة القراءة :

#### تعريف القراءة :

هى عملية ذهنية ناتجة عن الإدراك البصرى للرموز المكتوبة وفهم معانيها والتفاعل العقلى والوجدانى مع محصلة القراءة .

#### صفات القارئ الجيد :

- ١- المواظبة والمداومة على القراءة بحيث تصبح القراءة إحدى هواياته الأساسية .
- ٢- التفاعل الذهنى والوجدانى مع محصلة القراءة .
- ٣- إنتقاء الكتب والمراجع والمصادر الجيدة للقراءة .
- ٤- الاستفادة العملية من الخبرات المكتسبة من القراءة .

#### مهارات القراءة :

إن مجرد القراءة للقراءة لا تعتمد على مهارات أو خبرات ولكن القراءة الجيدة التى تزيد من الثروات الثقافية والعلمية للإنسان تتطلب توفر مجموعة من المهارات من أهمها :

- (١) القدرة على انتقاء المواد والموضوعات التى تكسب الإنسان مهارات وخبرات جديدة .
- (٢) القدرة على فهم واستيعاب المعانى المستخلصة من القراءة .
- (٣) تنظيم أوقات الاطلاع والقراءة .
- (٤) تنمية المقدرة على النقد .
- (٥) سرعة القراءة والتحصيل الثقافى .

## أنواع القراءة :

يمكن تصنيف أنواع القراءات وفقا للمعايير التالية :

### أ) معيار السرعة :

- القراءة السريعة أو الخاطفة :

نظرا لضيق الوقت قد يضطر الانسان إلى ممارسة القراءة السريعة أو الخاطفة بشرط عدم الاخلال بعنصر الاستيعاب والادراك .

- القراءة المتأنية :

وهي ضرورية في مجالات الدراسة والتعليم والمجالات الفنية .

### ب) معيار الموابة :

- قراءة الهواية :

وهي تحقق الاستماع الثقافى والوجدانى .

- القراءة المتخصصة :

وهي التى ترتبط بالمهنة أو التعليم .

### ج) معيار الهدف من القراءة :

- القراءة النقدية :

وهي القراءة المرتبطة بالبحوث والدراسات أو المتصلة بالأنشطة التعليمية والابتكارية .

- القراءة التحصيلية :

وهي المرتبطة بمجالات التعليم والدراسة .

### معايير القراءة :

ثمة محاذير وضوابط يجب أن تراعى أثناء عملية القراءة وهذه المحاذير

هى :

#### x المحاذير الطبية :

وتشمل :

- المحافظة على سلامة العين عن طريق :
  - أن تكون المادة المطبوعة فى مواجهة الوجه على خط مستقيم مع مستوى النظر .
  - إرتداء النظارة فى الحالات التى تتطلب الاستعانة بوسيلة بصرية مساعدة .
  - أن يكون الضوء قادما من خلف القارئ وموجها مباشرة إلى المادة المطبوعة .
- المحافظة على سلامة الجسم عن طريق :
  - أن يمارس الانسان القراءة وهو جالس مع عدم ثنى الظهر للأمام أو للجانب .
  - عدم ممارسة القراءة عند شعور الانسان بالتعب أو الارهاق .
  - عدم ممارسة القراءة أثناء ركوب إحدى وسائل المواصلات خاصة القطارات والسيارات .

#### x المحاذير السياسية :

وتشمل :

- التنبيه إلى المواد المطبوعة التى تهدف إلى زعزعة العقائد والمذاهب والقيم الخلقية والدينية .
- التنبيه إلى المواد المطبوعة التى تستخدم كأسلوب من أساليب الحرب النفسية مثل أسلوب ( غسيل المخ ) وأسلوب داقة الأسافين .

#### x المحاذير الاخلاقية :

وتشمل :

- نبذ المطبوعات غير الأخلاقية لأثارها الضارة على الانسان خاصة صغار السن من ناحية ولتقديمها معلومات مغلوطة من ناحية أخرى .

• الابتعاد عن المطبوعات التي تنتهك القيم الأخلاقية والدينية في المجتمع .

x المحاذير الثقافية :

وتشمل :

- الرجوع دائما إلى أمهات الكتب والمطبوعات الثرية بوجه عام والابتعاد عن المطبوعات الثانوية والهامشية .
- التنبه إلى أساليب الغزو الثقافي الخارجي .

### ب- مهارات الكتابة

تطور الكتابة :

مرت الكتابة البشرية بعدة مراحل خلال تطورها حتى عصرها الحالي ، وفيما يلي عرض موجز عن هذا التطور الكتابي .....

أولا : مرحلة الرموز والإشارات :

في هذه المرحلة كانت اللغة المنطوقة بين البشر متعددة في كلماتها ومعانيها ومدلولاتها بشكل كبير ، مما أدى إلى صعوبة التفاهم وتعذر الحوار بين الناس ، ولم يكن الاتصال المنطوق يتم عبر " اللغة " بالمعنى المتعارف عليه الآن ، ولكنه كان يتم عبر " اللهجات " . وهذه اللهجات كانت متباينة إلى شكل كبير ؛ فقد كان لكل قبيلة أو عشيرة اللهجة الخاصة بها وليس اللغة ، ومن ثم كان التفاهم صعبا بل مستحيلا بين البشر عن طريق " الاتصال المنطوق " ، فطفق الإنسان يبحث عن بديل للاتصال المنطوق وغير المفهوم يستطيع من خلاله أن يتعارف ويتحاور ويتناقش ويتبادل المنافع مع الآخرين . وكان هذا البديل المتاح

والمطروح فى ذلك العصر هو الرموز والإشارات المتعارف عليها حيث لا يختلف مدلولها ومعانيها بين العشائر أو القبائل مثلما تختلف اللهجات بينهم .

#### مزايا الرموز والإشارات :

وبالتالى يمكن تصور مزايا الرموز والإشارات الاتصالية فى العصور البدائية فيما يلى :

- (١) أنها كانت أسهل فى التعبير وأوضح فى التفاهم وأيسر فى الحوار من اللهجات التى كانت سائدة فى هذا العصر البدائى .
- (٢) كانت تقوم مقام الترجمة ؛ لوحدة معانيها ومدلولاتها بين غالبية الناس .
- (٣) كانت تقرب المسافات بين الناس ؛ إذ كان التخاطب بواسطتها ممكنا بين شخص يسكن قمة الجبل وآخر يقطن عند سفح الجبل دون انتقال أحدهما للآخر أو للحوار بين شخصين عبر النهر أو الهضبة .

#### ثانيا : مرحلة النقوش والكتابة :

كانت مرحلة النقوش هى الأب الشرعى لمرحلة الكتابة ، فلولا النقوش ما كان للإنسان أن يعرف الكتابة ، فقد كانت النقوش بأنواعها المختلفة وأشكالها المتنوعة وأنماطها المتباينة هى المقدمة الطبيعية لظهور الكتابة فيما بعد . ويمكن القول : إن الكتابة مرت بعدة مراحل متطورة " خلال رحلة وسائل وأساليب الاتصال الإنسانية " منذ القدم وهى :

- مرحلة النقش على الحجر أو الطين " الصلصال " ، وأول من استخدم أسلوب النقش على الحجر " الفراعنة " .

- مرحلة النسخ باليد على ورق البردى أو الجلود ، وأول من استخدم هذه الوسيلة - أيضا - " الفراعنة " فى مصر .

- مرحلة الكتابة اليدوية على الألواح الخشبية ، واستخدمتها شعوب شرق آسيا ( الصين - اليابان ) .

ويعصف ( ملفين ديفلير ) مرحلة النقوش كوسيلة اتصال أو إعلام في العصور القديمة بقوله :<sup>(١٠)</sup>

( في حوالي عام ٤٠٠٠ قبل الميلاد ، بدأت تظهر النقوش التي يبدو أنها كانت مرتبطة بالمعاني ، وقد حدث ذلك في مملكة ما بين النهرين ومصر ، وبوجه عام ، فإن هذه النقوش كانت عبارة عن صور بدائية مرسومة أو محفورة على جدران المباني أو الأسطح المشابهة . وخلال فترة قصيرة -نسبياً- من الزمن ، أصبح ( تقنين المعاني ) ، أو وضعها في صيغ اصطلاحية متفقاً عليها ، حقيقة واقعة ، فالرسم البسيط لشروق الشمس يعنى اليوم ، ورسم القوس والسهم يعنى الصيد ، ورسم الإنسان يعنى رجلاً ، والخط المتعرج يعنى البحيرة أو النهر .

كل هذه الرسومات والنقوش كانت نموذجاً للرموز المصورة التي تطورت منها الكتابة . وهكذا ، فإن الربط بين عدة رسومات يمكن أن يحكى قصة مثل : " خرج رجل للصيد قرب النهر " ، والنقطة الأساسية هي أن القواعد قد اخترعت وقننت ( أى أصبحت اصطلاحية ) حتى تثير هذه الرسومات والنقوش معاني محددة .

وقد سمحت هذه المعاني بتخزين المعلومات وأصبح تصوير الأفكار من الممكن أن يقوم به شخص ويتلقاه شخص آخر ، حتى المسافة والزمن أصبح من الممكن التغلب عليهما . ومع الكتابة التصويرية القياسية أو الاصطلاحية ، أصبح من الممكن فك رموز الرسائل التي يبعث بها أناس على مسافات بعيدة ، ولم يكن من العجيب أن ينظر إلى الكتابة بقدر ملحوظ من الرهبة والإجلال .

وقد ابتكر المصريون القدماء نظام النقوش البارزة الدقيقة أو الرموز الشخصية . وفي البداية ، كانت هذه الرموز حفرأ على الحجر ، ولكنها - بمرور

<sup>(١٠)</sup> ملفين - ل - ديفلير ، نظريات وسائل الاتصال ، ترجمة - كمال عبد الرؤوف - القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢

الوقت - أصبحت ترسم وتلون . ولقد ارتبطت النقوش المصرية البارزة بقواعد لإثارة المعاني القياسية المعقدة ، وكان نظام الكتابة التصويرية لدى المصريين القدماء يشبه اللغة الصينية المعاصرة ؛ فكل رمز كان يمثل فكرة معينة أو شيئاً أو مفهوماً محدداً ، ولكي يتم الاتصال بطريقة معقدة ، كان يتعين على الشخص الذي يقوم بالكتابة والشخص الذي يقرأ الرسالة التمكن من عدد هائل من هذه النماذج والرموز . ولذلك كانت معرفة القراءة والكتابة ، في البداية ، مقصورة على المتخصصين ، وكان كتاب المخطوطات القدماء يدرسون لسنوات عديدة لمعرفة آلاف الرموز التي يحتاجونها لتدوين الرسائل باللغة الهيروغليفية أو لفك رموزها للأثرياء وذوى النفوذ .

وفي مرحلة ثالثة ، طور السومريون ، ( وهم شعب كان يعيش شمالي الخليج العربي ) نمطاً آخر من الكتابة ، وانطلقوا من استخدام الصور الصغيرة المرسومة على لوحة طرية من الطمي للتعبير عن الأفكار ، ولأنه كان من الصعب رسم الصور بتفاصيلها الواقعية ، فقد تزايد اتجاه السومريين نحو استخدام أسلوب موحد للتعبير بالصور ، وقبل أن يمر وقت طويل ، لجأوا إلى استخدام طرف عصا تم بريها لتصبح ذات سن مدببة في عمل علامات على الطمي من خلال تسخين ألواح الطمي المكتوب عليها وتحولها إلى ما يشبه الفخار . ولم يكن ممكناً إنتاج صور يمكن التعرف عليها بسهولة بهذه الطريقة ، لكن هذه الطريقة كانت ، رغم ذلك ، طريقة سريعة وبسيطة لعمل رسوم مميزة يمكن أن تحمل معاني معينة ، ولم تكن صور الأشياء ضرورية بالفعل ، وقد أطلق على هذه الطريقة اسم الكتابة المسمارية " Cuneiform " وهو الاسم الذي تعرف به الآن . ولقد وصلت إلينا أمثلة ونماذج عديدة لهذه الكتابة .

وأهم ما جعل النظام السومري في الكتابة مختلفاً عن غيره هو أنه في حوالي عام ١٢٠٠ قبل الميلاد توصل السومريون إلى فكرة أن يعبر كل رمز قياسي صغير عن صوت محدد بدلاً من أن يعبر عن فكرة أو شيء ، وكانت قيمة هذا الابتكار هائلة ، فبدلاً من آلاف الرموز المنفصلة ( رمز لكل شيء أو فكرة ) أصبح



المطلوب عدداً أقل من الرموز للتعبير عن أصوات المقاطع التي تتكون منها الكلمات . ( إن كتابتنا الألفبائية التي يحتفظ فيها كل حرف ساكن أو متحرك بشخصيته تعد أبسط بكثير مما توصل إليه السومريون ) . ورغم ذلك ، فإن استخدام الرموز والصور للتعبير عن مقاطع صوتية للكلمة ، كان هو الخطوة الأولى في تطوير الكتابة الصوتية ، وكان إنجازاً هائلاً في مجال الاتصال الإنساني ، وقد ساعد هذا التطور ، بوجه خاص ، على تيسير وتسهيل معرفة القراءة والكتابة ، حتى أصبح على المرء أن يتذكر فقط مائة رمز أو نحو ذلك لمعرفة مختلف المقاطع الصوتية في اللغة ) .

ومنذ حوالي سبعة آلاف سنة ظهرت " الكتابة بالقلم " في مصر ، وكان أول من استخدم القلم والأوراق في الكتابة هو " إدريس " - عليه السلام - في عصر الدولة الفرعونية .

ومنذ هذا الوقت ، ظهرت إلى الوجود أول لغة متكاملة في العالم وهي " اللغة الهيروغليفية " ؛ أي اللغة التي تنطق وتكتب معاً ؛ فجميع اللغات التي سبقت اللغة الهيروغليفية المصرية كانت تنطق فقط ، أما الهيروغليفية فكانت أول لغة تكتب على ظهر المعصرة ، ونظراً لأنها اللغة التي استخدمها سيدنا " إدريس " في الكتابة فقد أطلق عليها الكهنة - فيما بعد - وصف " الخط الرباني " أو " الكلمات الإلهية " ؛ إذ تحولت ديانة سيدنا " إدريس " بعد ذلك بعدة أجيال إلى معتقدات وطقوس مختلفة على أيدي الكهنة الذين حرفوا هذه الديانة ونسبوا أصل هذه اللغة إلى معبودهم الإله " تحوت " الذي صوروه على شكل طائر أبو قردان ثم عبده كإله للعلم والكتابة ، على اعتبار أنه هو الذي اخترع الكتابة .

ويرى د. محمد حماد :<sup>(٤١)</sup>

[ أن الكتابة الهيروغليفية المصرية التي اعتبرها أجدادنا الفراعنة الأولون من وضع الآلهة العظام ونظروا لها بنظرة التقديس ككتابة ربانية ، قد عبّروا عنها بالرسوم المختلفة التي تشمل الحروف الأبجدية التي عبرت عن حرف أو أكثر ، وكذلك الرسوم المكتملة للفظ أو المعنى لتحديد المقصود من الكلمة . وهذه الحروف التي عبرت عنها الأشكال المرسومة كانت بشكل الحيوان أو الإنسان أو الأدوات التي يعرفها الناس مما حولهم في البيئة المحيطة بهم " . وقد بلغ عدد هذه الأشكال أكثر من سبعمائة شكل " ٠٠٠ وفي بداية التاريخ المصري القديم كان إذا رسم شكل أى شئ فإنه يعنى الشكل المرسوم ، فإذا رسم شكل حصيرة مثلاً فهو يعنى الحصيرة التي تمثل الشئ الذي رسمه . وفي أواخر عصر ما قبل الأسرات وبداية الأسرة الأولى عندما وحد الملك " مينا " أول ملوك الأسرة الأولى القطرين حوالى عام ٣٢٠٠ ق. م ، أخذت بعض هذه الرسوم تحل محل الحروف الهجائية ؛ إذ أن الحرف الأول المنطوق من الكلمة هو الذى عبر عن الحرف الهجائى المقصود ٠٠٠ وهكذا عرف المصري القديم رسم أشكال الحروف الهيروغليفية المصرية منذ بداية تاريخه الذى سجله بكتابهاته ] .

وعن أثر اللغة الهيروغليفية فى اللغة العربية يضيف المؤلف :

[ إن كثيراً من الألفاظ والتراكيب اللغوية نقلت من اللغة الهيروغليفية المصرية إلى اللغة العربية الفصحى منذ عهد سيدنا إسماعيل ابن إبراهيم - عليهما السلام - عن طريق أمه " السيدة / هاجر " التي كانت من بيت أمير فرعونى . ومن تلك الكلمات - مثلاً - كلمة " نذر " ، وهى - بالمصرية القديمة - كلمة مركبة من مقطعين ( إن + نثر ) ومعناها ( إلى الله ) ؛ فالنذر يكون عادة لله - سبحانه وتعالى ] .  
وجدير بالذكر أن مفهوم " الهيروغليفية - Hieroglyphs " هى كلمة مركبة من

شقين :

<sup>(٤١)</sup> محمد حماد ، تعلم الهيروغليفية : لغة مصر القديمة وأصل الخطوط العالمية ، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩١

- هيرو Hiero : أى مقدّس .

- غليف Glyph : أى حفر .

ومعنى الكلمة يصبح : " الحفر المقدس " أو " الكتابة المقدسة " .

#### الكتابة الفرعونية على الورق :

تبين مما تقدم أن الفراعنة هم أول من اخترعوا الكتابة وحولوا اللغة المنطوقة التي كانت سائدة في العالم إلى لغة مكتوبة لأول مرة على ظهر الأرض .

وكانوا أيضا هم أول من استخدم الورق في الكتابة ، وبالتالي أحدثوا طفرة كبيرة في الكتابة ، فقد كانت مشكلة النقوش أنها تحفر على جدران المعابد وألواح الطين والفخار ، وبخاصة الكتابة المسمارية التي ظهرت في منطقة شمال نهري دجلة والفرات . وبالتالي كانت مسألة حمل ونقل الرسالة المكتوبة تمثل مشكلة كبيرة يصعب حلها ؛ إذ يستحيل نقلها من مكان إلى مكان ، فكان الإنسان هو الذى يسعى إلى أماكن النقوش لقراءتها ومعرفتها ، وبعد اختراع المصريين لورق البردى حدثت طفرة كبيرة في استخدامات الكتابة ؛ إذ تحولت إلى شىء سهل تداوله ونقله من مكان إلى آخر ، فأصبحت الوسائل المكتوبة تسعى إلى الإنسان في أى مكان ولم يعد الإنسان يسعى إليها كما كان الحال قبل اكتشاف الفراعنة لورق البردى .

وعن ورق البردى يقول " كمال عبد الرؤوف " نقلا عن " ملفين . ل .

ديفلير " :<sup>(٤٢)</sup>

[ فى حوالى عام ٢٥٠٠ قبل ميلاد المسيح ، اكتشف المصريون القدماء طريقة لصناعة نوع من الورق من نبات البردى . وقد كان ورق البردى بالمقارنة

<sup>(٤٢)</sup> ملفين . ل . ديفلير ، المرجع السابق

وبين قبائل " المايا " ظهرت تحولات مماثلة بالنسبة للوسيط الذى يحمل الرسائل المكتوبة ؛ فقد اكتشفوا أن الشرائط الطويلة من لحاء الشجر الملون يمكن الحصول عليها من بعض النباتات . وقد حصلوا بالفعل على شرائط طويلة ونظيفة من اللحاء الداخلى للأشجار تراوح عرضها بين ست وثمانى بوصات ( ١٥ إلى ٢٠ سنتيمتراً ) ، وبلغ طولها عشرين قدماً ( حوالى ٦ أمتار ) . وكان شريط اللحاء ينقع فى الماء ويدق عليه ليصبح منتظم السمك وتزداد مرونته وليونته ، وبعد ذلك يتم طي اللحاء فى صورة كتاب ذى صفحات مثنية بعناية . وكانت توضع قطعة من الخشب فى نهاية كل صفحة حتى يمكن إغلاقه مثل آلة الأكورديون الموسيقية . وكانت الكتابة ترسم على الوجهين وغالباً ما كانت تزين بأشكال جميلة . ولقد أصيب الفاتحون والغزاة الأسبان " لبيرو " - فى القرن السادس عشر - بالدهشة عندما وجدوا شعوب العالم الجديد تعيش فى مساكن حجرية جيدة البناء وكل مسكن منها يحتوى على كتب ومكتبات .

ولسوء الحظ ، فقد أحرق العسكريون الأسبان الآلاف من هذه الكتب خلال الغزو بهدف الحد من نفوذ الكهنة والزعماء على مواطنيهم، لذلك لم تبق سوى نماذج قليلة من هذه الكتب .

مع الحجر ، خفيفاً للغاية ، بل وكان من الأسهل الكتابة عليه بالفرشاة والحبر بدلا من النقش على الحجر . وقد وُجد نبات البردى أصلاً فى دلتا النيل فقط ، وكان يتم قطع سيقان نبات البردى الخضراء الطازجة وتقشر ثم تقطع إلى شرائح وشرائط رفيعة ثم توضع متقاطعة واحدة فوق الأخرى ويدق عليها حتى تصبح شريحة واحدة يتم بعد ذلك الضغط عليها وتجفيفها . وكان من الممكن عمل لفات طويلة من ورق البردى بربط كل شريحة بالأخرى . وكان كاتب المخطوطات المصرى القديم يستخدم نوعين من الحبر ( أسود وأحمر ) ، وفرشاة مصنوعة من نوع آخر من النبات ، وبدأ تبسيط الرسوم والرموز ؛ لأن كتبة المخطوطات كانوا يريدون أشكالاً أسهل وأيسر للكتابة السريعة .

ولقد كانت أهم نقطة في هذا التحول من الأحجار الثقيلة إلى وسائل الإعلام الخفيفة والتي يمكن حملها بسهولة ، أنها فتحت الباب أمام حدوث تغيير كبير في النظام الاجتماعي وثقافة المجتمع وحضارته . وقد توفرت الظروف الضرورية للتغيرات الاجتماعية والثقافية الكبرى من خلال التوصل إلى تكنولوجيا اتصال تقوم على استخدام وسيط خفيف يمكن نقله بسهولة بالإضافة إلى رموز للكتابة يمكن لكتاب المخطوطات كتابتها وقراءتها بسهولة . ولقد تأثر هيكل المؤسسات الاجتماعية بأسره بهذا التطور . وفي مصر القديمة عام ٢٠٠٠ قبل الميلاد ، على سبيل المثال ، كان البردي يستخدم على نطاق واسع لنقل الأوامر المكتوبة وتسجيل المعلومات في مختلف المجالات ، لذلك استخدمت الإدارة المركزية جيشاً من الكتبة . وأصبحت معرفة القراءة والكتابة ميزة كبرى تفتح الأبواب أمام من يمتلكها للرفاهية والرقى الاجتماعي ، وأصبح الكتبة يحتلون طبقة اجتماعية متميزة تسيطر عليها النخبة في المجتمع المصري القديم ، كما حدثت تغييرات هائلة في المؤسسات السياسية والدينية ، كنتيجة للقدره على الكتابة والتسجيل وتم فتح المكتبات العامة، وسُجلت التعاليم والنصوص الدينية ، وأقيمت المدارس لتعليم القراءة والكتابة ، حتى إن العلوم والفنون بدأت تتطور أيضاً ، وأمكن تسجيل وسائل العلاج الناجحة للأمراض ، وأيضاً الملاحظات العديدة للأحوال الطبيعية وتفسيراتها . وتحرر العقل البشري من عبء حفظ وتذكر تراث حضارات بأسرها وإعادة طرحها على عقل وذاكرة كل جيل جديد. وأصبح من الممكن تسجيل الأفكار وتراكم رصيد المعرفة الإنسانية جيلاً بعد جيل . وكانت هذه هي الخطوة الكبرى إلى الأمام في مسيرة الجنس البشري عبر عصر الكتابة ) .

**ثالثاً : مرحلة الطباعة :**

كانت ألمانيا هي مهد المرحلة الخامسة من مراحل تطور وسائل الاتصال وهي " الطباعة " ؛ فأول من اخترع واستخدم الطباعة هو الصائغ والعالم الألماني " يوحنا جوتنبرج " في مدينة " مينز " ، فبعد تجارب عديدة طور جوتنبرج فكرة

عمل ختم من الصلب لكل حرف بحيث يكون الحرف محفوراً بدقة وبطريقة معينة ، وبعد ذلك قام بطبع صورة هذا الحرف عن طريق الضغط على مربع من معدن أكثر ليونة مثل النحاس الأصفر ، وكان يقوم بوضع قالب من الصلصال حول الأثر الذى تركه الحرف المصنوع من الصلب على النحاس حتى يقوم بعد ذلك بصب الرصاص المنصهر فيه لعمل قالب مصبوب من الحرف . وهذا القالب يمكن استخدامه أكثر من مرة لصب أى عدد من الحروف يحتاجها عامل الطباعة . وبعد ذلك يمكن رص الحروف وجمعها فوق لوحة لتشكيل كلمات وجمل . ويتم تضبيب هذه الحروف بإحكام حتى لا تتحرك ثم تحبيرها وتضغط عليها قطعة من الرق أو الورق فتنتج صورة واضحة تماماً . وقد اتضح أن معدن الرصاص لين أو طرى أكثر من اللازم . ولكن جوتنبرج اكتشف ، فى النهاية ، طريقة لخلط الرصاص بمعادن أخرى لعمل نوع من السبيكة التى حققت نتائج ممتازة .

وكانت المشكلة الوحيدة المتبقية هى المطبعة ، فقد كان نموذج المطبعة اليدوية التى تعمل بالضغط اللولبى قديماً . وكان استخدام هذا النموذج كآلة للضغط شائعاً لعدة قرون فى مجال عصر الزيتون لاستخراج الزيوت وعصر العنب للحصول على النبيذ . وقد حصل جوتنبرج على آلة ضخمة لعصر النبيذ وأدخل عليها تعديلات كثيرة مثل توفير سطح توضع عليه لوحة الحروف ، وسطح أملس للضغط على الورقة التى ستتم الطباعة عليها . ولأن كل شىء كان يجب صفه وترتيبه بدقة تصل إلى جزء من البوصة ، فقد كان من الضرورى عمل تجارب عديدة . وفى النهاية ، قام جوتنبرج بتشغيل هذه المطبعة بنجاح بعد أن وضع الحبر على الحروف واستخدم الحواجز الملائمة لضمان ثبات لوحة الحروف وعدم تحرك صفوف الحروف بداخلها ، وكانت النتيجة رائعة حيث ظهرت الحروف واضحة ونظيفة ، ولم تكن هناك أخطاء كذلك التى كانت شائعة أثناء استخدام طريقة النسخ اليدوى .

ورغم ذلك ، كان جوتنبرج يشعر بالقلق لأنه لم يكن واثقاً من أن اختراعه ، الذى استغرق منه ٢٠ عاماً لإكماله ، سوف يحظى بالانتشار على نطاق واسع ، كذلك ، كان جوتنبرج قلقاً من أن يفضل القادرون على شراء الكتب النماذج المنسوخة يدوياً وأن ينظروا إلى اختراعه على أنه نوع من التقليد الرخيص . وقد كان ذلك أحد الأسباب التى دفعته إلى أن يكون مشروعه الأول هو طبع إنجيل مُزَيَّن بأشكال جميلة ، فقد شعر أنه سيكون قادراً على بيعه للأغنياء . وأثبتت الأيام أن تجربة جوتنبرج كانت ناجحة بشكل مذهل ، وكان الإنجيل الذى طبعه جوتنبرج هو أروع أمثلة فن الطباعة التى تم إنجازها على الإطلاق . ومن المَحْزِن أن جوتنبرج لم تتح له الفرصة للاستمتاع بثمار عبقريته وقدرته على التخيل . فقد اقترض أموالاً كثيرة من محاميه فى أثناء تطويره لاختراعه . وبينما كان فى المرحلة الأخيرة من مشروعه الأول - طباعة الإنجيل الشهير - طلب منه محاميه سداد ديونه ورفع ضده دعوى فى المحكمة وانتزع منه ملكية الورشة والمطبعة وكل ما يتعلق باختراعه الجديد بما فى ذلك ٢٠٠ نسخة مطبوعة من الإنجيل إلى جانب ممتلكاته بالكامل . وبعد سنوات مات جوتنبرج فقيراً معدماً ، ولم يعرف أبداً أى خدمة كبرى قدمها للبشرية باختراعه العظيم (٤٣) .

ومع مولد القرن السادس عشر ، كانت المطابع التى تعمل بطريقة الجمع اليدوى للحروف تنتج آلاف النسخ من الكتب المطبوعة على الورق . وكان يتم نشر وتوزيع هذه الكتب بجميع اللغات الأوروبية ، وهكذا أصبح من الممكن أن يقرأها أى شخص مُلِم بلغته الأصلية . وأدى انتشار هذه الكتب إلى زيادة الاهتمام بتعلم القراءة .

وفى الوطن العربى ، كانت حلب فى سورية أول مدينة عربية يطبع فيها

مكتاب بالحروف العربية عام ١٧٠٦ م .

(٤٣) كمال عبد الرعوف ، نقلاً عن (ملفين . ل. ديفلير) ، المرجع السابق .  
- ١٨٣ -

ولم تشهد الولايات المتحدة الأمريكية الطباعة إلا فى القرن السابع عشر الميلادى على يد المستوطن الإنجليزى " ستيفن داى " .<sup>(٤٤)</sup>

#### سمات وخصائص مرحلة الطباعة :

يوجز د. حمدى حسن سمات وخصائص مرحلة الطباعة - نقلا عن عالم الاجتماع الأمريكى " تشارلز هورتون كولى " - فى العبارة التالية:<sup>(٤٥)</sup>

[ هناك أربعة عوامل جعلت هذه الوسائل الجديدة أكثر تأثيرا من أية عمليات اتصالية فى تاريخ الإنسان من قبل . هذه العوامل هى :

- القدرة على التعبير ونقل كم هائل ومتنوع من الأفكار والمشاعر .
- التغلب على الزمن بتسجيل وحفظ المعلومات .
- التغلب على المكان من خلال مرونة وسرعة الحركة .
- الانتشار بحيث تتيح المعرفة لكل الطبقات فى المجتمع ] .

وقد شهدت مرحلة الطباعة عدة مراحل متعاقبة هى :

- مرحلة الطباعة على الألواح الخشبية والحجر .
- مرحلة الطباعة اليدوية بالأحرف المعدنية المنفصلة .
- مرحلة الطباعة الدوارة باستخدام ماكينات الطباعة ( الروتاتيف ) .
- مرحلة الميكنة فى الطباعة باستخدام آلات جمع الحروف " اللينوتيب والمونوتيب " .

- مرحلة الطباعة عن طريق الحفر على الزنك والطبع الغائر .
- مرحلة الطباعة بأسلوب ( الأوفست ) .
- مرحلة الطباعة عن طريق التصوير الإلكترونى .

<sup>(٤٤)</sup> خليل صابات ، تاريخ الطباعة ، القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٩ .  
<sup>(٤٥)</sup> حمدى حسن ، مقدمة فى دراسة وسائل والاتصال ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ .



## الفرق بين الاتصال الشفاهي

### والاتصال عن طريق الكتابة

يميز د. منير حجاب الفروق الجوهرية بين الكتابة من ناحية والاتصال المنطوق من ناحية أخرى وفقاً للفروق التالية :

- ١- إن الكتابة لا تمنح على مر الأيام والسنين . وهي لذلك أقدر على ربط الأجيال المتعاقبة بتراثها . فالحديث الشفهي قد يتناقل لفترة من الزمن ، ولكن من المحتمل جداً أن ينساه الناس وهم يتناقلونه من جيل إلى جيل .
- ٢- إن الكتابة أكثر أمانة على النص من الحديث الذي تتاح الفرصة للتشكيك في دقته وصحة نسبته إلى صاحبه .
- ٣- تعمل الكتابة على نقل المعلومة إلى عدد أكبر من الناس مما ينتجه الحديث .
- ٤- تسمح الكتابة بالرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة .
- ٥- تسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها ، سواء أكانت تعليمات أم أوامر أم بيانات أم إحصاءات ، وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة ، وبفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود . ويرى نفس المصدر أن الحديث يتفوق عن الكتابة في عدة نواح هي :  
# الكتابة أصعب من الحديث ... وليس أدل على ذلك أن الطفل يتعلم الحديث في وقت مبكر في حياته .. ويتأخر تعلمه للكتابة عدة سنوات قد تصل إلى عشر سنوات ، ليتمكن من استخدامها كوسيلة للاتصال مع الآخرين .  
# إن الكتابة عملية بطيئة تستغرق وقتاً وجهداً أكبر بكثير مما يستغرقه الحديث .

# إن الكتابة عملية باردة في معظمها ، إذ ينقصها الدفء والحيوية اللذان تحسهما في الحديث .

#### مهارات الكتابة

يحدد نفس المصدر<sup>(٤٦)</sup> مهارات الكتابة فيما يلي :

(أ) مهارات تتعلق بالمظهر العام للنص الكتابي :

- ١ - استعمال الألفاظ أو الرموز التي يستطيع المستقبل فهمها والتجاوب معها ... أما الارتفاع فوق مستوى المستقبل ، أو الهبوط دون مستواه ، فإنه يفسد عملية التناغم . ولهذا فلا بد لنا من التعرف على الإطار الدلالي لجمهور المستقبلين ، لتقديم رسالة تتفاعل مع الجمهور في نطاق هذا الإطار نفسه .
- ٢ - أن تتوافر للنص من حيث الإعداد المقومات الفنية التي تساعد على زيادة فاعليته ... وفي هذا الإطار ينصح علماء اللغة بضرورة الالتزام بمجموعة من الضوابط الخاصة ببناء النص الكتابي ... سواء أكانت خبراً أم مقالاً أم تحقيقاً أم حديثاً صحفياً أم خطبة .. أم حديثاً رسمياً ... وتستهدف إيصال معلومات محددة من خلالها إلى القارئ .

(ب) مهارات تتعلق بالكلمات والألفاظ :

x مهارات استخدام الكلمات والألفاظ :

- تجنب استخدام الكلمات التي تعطي أكثر من معنى ، إلا إذا كانت مقصودة ومثالها الأحاديث السياسية .
- تجنب الكلمات المعقدة والصعبة وغير صحيحة الاشتقاق .
- تجنب استخدام المصطلحات غير الواضحة ، أو غير الشائعة ، وكذلك الكلمات المجهولة لغالبية القراء ، وغير الفصيحة .

<sup>(٤٦)</sup> محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، مرجع سابق .

- تجنب استخدام الكلمات الزائدة ، كأدوات التعريف التى لا لزوم لها ... والصفات وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التى لا ضرورة لها ، وأيضا الكلمات المكررة دون الهدف .
- تجنب استخدام أفعل التفضيل والجمع المركب .. فالطريق تجمع على طرق لا طرقا .
- استعمال التثنية فى مواضعها الصحيحة ... فمن الخطأ [سار على أقدامه] والأصح [سار على قدميه] .
- تجنب الكلمات التى لا تتناسب مع نوعية المادة التحريرية وإدراك القراء .
- استخدام الكلمات التى تتناسب مع بعضها دون تضاد أو تنافر .
- استخدام الكلمات المعروفة الشائعة مثل الديمقراطية والاستراتيجية .
- تجنب استخدام الألفاظ البراقة التى تستخدم لتهويل القارئ ... والكلمات التى قد يندفع بها القارئ عن التفكير أو المطالبة بالأدلة والبراهين .
- تجنب استخدام الألفاظ المجازية التى تعطى معنى لا يريد الكاتب إظهارها بصراحة .
- **مهارات استخدام العبارات والجمل :**
- ينبغى توفر المهارات التالية عند صياغة الجمل والعبارات :
  - صحة العبارة أو الجملة من زاوية قواعد اللغة العربية .
  - تماسك الكلمات والروابط والأدوات والأسماء والأفعال المكونة لنسيجها .
  - عدم تكرار كلمة واحدة فى عبارة واحدة دون ضرورة لذلك .
  - الإيجاز فلا تزيد فى معظم الأحوال عن عشر كلمات ، ولا تتضمن إلا الكلمات الضرورية فقط .
  - عدم التشابه فى حروف كلماتها ، أو تكرار الحروف نفسها بدرجة ملحوظة بين كلمة وأخرى .

- الوضوح التام بأن تكون سهلة الإدراك والفهم للقارىء .
- ارتباطها بالفكرة الأساسية أو ما يتفرع عنها ، وأن تضيف كل عبارة جديدا .
- أن تكون جذابة رصينة وقوية فى التعبير عن المقصود ، وعن المعنى المناسب فقط ، فعدم الدقة يؤدى إلى الغموض .
- إذا فُهمت الجملة أو الفقرة من السياق فليست هناك داع لل تكرار .
- لا تذكر الحقائق المعروفة ، فهي تشغل مكانا ، وتضايق القراء .
- استخدام المبنى للمعلوم بدلا من المبنى للمجهول ، والأسلوب المباشر أفضل من الأسلوب غير المباشر .
- ألا تحتوى الجملة إلا على فكرة واحدة فقط ومتكاملة .
- x مهارات صياغة الفقرات :
- أن تتناسب لغتها الصحيحة نحوا وأسلوبا مع طابع المادة التى تتناولها ... وخاصة إذا كانت من المواد العلمية أو العسكرية أو الاقتصادية أو السياسية وغيرها من المواد التخصصية .
- أن يكون طولها مناسباً لما تحتويه من مضمون ، ولطول المادة التى تمثل جزءاً منها .
- أن يحس القارىء بمطالعتها أنها قدمت له فائدة ما .. إعلامية أو تفسيرية أو توجيهية أو تعليمية.... الخ .
- أن تتضمن كل فقرة جديدا عما قدمته الفقرة السابقة .
- أن تكون مستقلة بمضمون ما ، أو بفكرة ما حسب نوع الموضوع .
- أن تكون واضحة ومفهومة وسلسة .
- ألا يحدث الاختلاف أو التناقض أو التعارض بين عباراتها وكلماتها ، أو بين جزئيات الفكرة التى تتناولها وبين عناصرها المختلفة .
- ألا تكون قصيرة إلى الحد الذى يجعلها لا تعبر عن المعنى المقصود .
- أن تكون عباراتها وكلماتها مترابطة ومتماسكة .

- أن يقل بقدر الإمكان بين ثناياها استخدام عبارات الربط والعلامات الدالة على الإستفهام أو التعجب وغيرها ، ما لم تكن هناك حاجة فعلية إلى ذلك .
  - تقديم الأمثلة التي توضح المعنى الذي يقصده الكاتب .
  - أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد .
  - أن توضح أن المصدر لديه معرفة ودراية بالشئ الذي يتناوله .
  - استخدام المقارنات التي تساعد على الوضوح .
  - أن تتسم بالتنوع في استخدام أشكال التأييد والأساليب البلاغية المناسبة ، كالجناس والطباق والاستعارة والكناية وأساليب التقديم والتأخير والتعجب والتساؤل ، وذلك بطرح أسئلة والإجابة عليها .... أو ما يسمى بالأسلوب الاستدلالي ، وكذلك أيضا استخدام الأسلوب الاستفساري بعرض الحقائق ثم تفسيرها ... وغير ذلك من الأساليب التي تشوق القارئ وتحفز له للاطلاع على محتوى الرسالة .
  - أن تصمم الرسالة بطريقة تتفق وشكل الاتصال المستخدم ، فإذا صيغت المادة في شكل مقالة فهناك الضوابط الخاصة بتحرير المقال بالنسبة للمقدمة والمتن والخاتمة ، وإذا قدمت الرسالة في شكل إخباري روعيت شروط تحرير الأخبار والأسس الفنية لاختيار الأخبار .
- x مهارات تتعلق بشخصية الكاتب :**
- أن يكون مقتنعا بالموضوع أو المادة التي يقدمها وبما يسعى إلى تحقيقه من أهداف .
  - أن تتسم اتجاهاته بالإيجابية نحو هذا الموضوع .
  - أن يقدم الرسالة ويعالجها بطريقة تتفق ومستوى الجمهور وخصائصه واتجاهاته ورغباته وحالته النفسية وقت استقبال الرسالة ، وفي الوقت الملائم تماما .

- أن يكون ملما بمختلف جوانب الموضوع ، وأن يتسم بالدقة في تحضيره وبحثه لموضوعه وفيما يقدمه من تفسيرات ، حتى يضمن الاتجاه الإيجابي للجمهور نحوه .
- أن يكون موضع ثقة واحترام وتقدير الجمهور الذي يتوجه إليه بالرسالة ... وموضع تأييدهم .
- أن تتوافر لديه المهارات الاتصالية اللازمة لنقل رسالته إلى الجمهور وبصورة ملائمة لتحقيق غرض الاتصال .... وبصفة خاصة ينبغي أن تعكس هذه الرسائل قدرة المصدر على التكيف مع الموقف الاتصالي للقائم بالاتصال .... والوعى بأثر الرسالة ونتائجها والقدرة على الحساسية والاستجابة للآخرين .
- أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد له خلفية مشابهة لخلفية الجمهور ، ومصالح واهتمامات مشابهة لهم ، واتجاهات وآراء متقاربة معهم ، ويحظى بالجاذبية والحب المتبادل من قبل أفراد الجمهور .
- أن تصمم الرسالة بالصورة التي تعكس فهم الجمهور لرسالته ، وقدرته على إدراك مضمونها ، وبما يتفق مع المهارات الاتصالية للجمهور نفسه .
- أن يكون على دراية بكافة أنواع الوسائل الاتصالية .... وخصائصها المختلفة حتى يتمكن من اختيار الوسائل المناسبة لتوصيل فكرته ، وفقا لطبيعة الموضوع والجمهور والامكانيات المادية المتاحة وقدراته الفنية .... وفي الوقت المناسب ، وأن يختار الوسائل التي تساعد على فهم الجمهور للرسالة وإدراك مضمونها .... وعلى إدراك التأثيرات الناتجة عن قيمة وثقافته وخبراته ومهاراته وأهدافه وتطلعاته ومركزه في التنظيم الاجتماعي وخصائصه النفسية بما يمكنه من الإعداد الأمثل لرسالته ، واختيار الوسيلة بالشكل التي يحقق أهدافه من الاتصال .

#### x مهارات تتعلق بالجمهور القاريء:

- إرتباط المعلومات المقدمة باحتياجات الجمهور ، وأن تتضمن الفوائد والمكاسب التي تعود عليهم .... وهذا يعنى أن تتضمن المادة الإعلامية كل ما يهم ويتعلق باحتياجات الجمهور ، حتى تضمن استجابته ، وتعنى من ناحية أخرى بناء الرسالة على ضوء خبرات المستقبل .
- إرتباط الرسالة الاعلامية بالتصورات القائمة لدى الجمهور ، فالمستقبل يضع فى ذهنه قيما تتعلق بتصوراته المختلفة .... فإذا استقبل مادة لا تتفق وهذه القيم أو تتنافر معها .... فإنها تواجه بمقاومة شديدة .... وقد يهملها تماما أو يتجنبها أو يهاجم مصدرها .... أو يحرفها ويسىء فهمها ، وبالتالي لا تحقق التأثير المطلوب ... بخلاف المادة التي تتفق وتصورات المستقبل ... ويلاحظ بالنسبة للرسائل التي تقدم معلومات جديدة بالنسبة للمستقبل أنها لا تواجه بمقاومة شديدة ، بل يتقبلها وتساعد على تكوين رأى حيالها .
- مناسبة أسلوب الرسالة لمستويات الجماهير الثقافية المختلفة ، وأن تستعمل فيها العبارات والكلمات المألوفة للجمهور الذي تخاطبه ، وأن تتناسب ومستويات الجمهور العقلية وأماله وطموحاته .
- يختلف تصميم الرسالة الاعلامية ومحتواها وفقا لفئات الجمهور الذي تخاطبه ... فأسلوب مخاطبة الجمهور الداخلى يختلف عن أسلوب الخطاب للجمهور الخارجى .... والرسالة الموجهة للجمهور عامة يختلف بناؤها عن تلك التي نتوجه بها لقادة الرأى وهكذا ...
- يلزم توافر حالة استعداد من قبل الأطراف المشتركة فى عملية الاتصال لقيام الاتصال أصلا ... وتوافر دافع قوى للنجاح ... لضمان المرونة الكافية لاستجابة الطرفين ، بحيث يصبحان قادرين على استمرار التصرف فى حالات الغموض وعدم التيقن .... ولضمان الإنسجام بينهما فى الأهداف والقيم ، لتتضاءل فرص الصراع التي من شأنها إثارة العدوات الشخصية بينهما لأدنى حد ممكن .

" تم بحمد الله تعالى "

## بيان بالأشكال والرسوم التوضيحية

رقم الصفحة	الشكل رقم	المحتوى
٩	(١)	العملية الاتصالية
١٥	(٢)	التدرج الاقناعي الاتصالي
١٧	(٣)	المهرم الاتصالي الضعيف
١٨	(٤)	المهرم الاتصالي الفعال
٣٦	(٥)	شروط الاتصال
٣١	(٦)	مراحل تطور اللغة البشرية
٦٤	(٧)	الاتصال الجماهيري
٦٨	(٨)	الاتصال المواجه والاتصال غير المباشر
٧٣	(٩)	حارس البوابة
٨٩	(١٠)	نموذج الاتصال الانتخابي
٩٠	(١١)	فئات النخبين ومستوياتهم
٩٦	(١٢)	التدرج الاقناعي الاتصالي
١٣٣	(١٣)	الفرق بين وسائل الاعلام ووسائل الاتصال
١٤٣	(١٤)	المهارات العامة للاتصال
١٥١	(١٥)	دورة الرسالة السمعية بين المتحدث والمستمع
١٥٤	(١٦)	مهارات الاستماع
١٥٩	(١٧)	عناصر عملية الحديث
١٦٧	(١٨)	مهارات الحديث



## المصادر والمراجع

- (١) "القرآن الكريم" سورة الحجرات ، الآية (١٣) .
- (٢) محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والإعلام في الإسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) : مكتبة مصباح ، ١٩٨٩ .
- (٣) سميم عاطف الزين ، قصص الأنبياء في القرآن الكريم ، لبنان ( بيروت ) : دار الكتاب اللبناني ، ١٩٨٨ .
- (٤) سمير محمد حسين ، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٤ .
- (٥ : ٨) عاطف عدلى العبد ، الاتصال والرأي العام ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٩٣ .
- (٩) عبد الفتاح محمد دويدار ، سيكولوجية الاتصال والإعلام ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٦ .
- (١٠) محمود عبد الرؤوف كامل ، ونجيب الحصادى ، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس ، القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٩٥ ، نقلا عن برنت روين ، الاتصال والسلوك الإنسانى .
- (١١) زيدان عبد الباقي ، وسائل وأساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٧٩ .
- (١٢) حسن عماد مكاوى ، وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ .
- (١٣) محمد كمال القاضى ، الدعاية الانتخابية ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .
- (١٤ : ١٥) سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٦ .
- (١٦ : ١٧) حسن عماد ، وليلى حسين ، المرجع السابق .
- (١٨) مصطفى حجازى ، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .
- (١٩) عبد الفتاح محمد دويدار ، المرجع السابق .

- (٣٠) جون . ر . بيتنر ، الاتصال الجماهيري ، ترجمة : عمر الخطيب ، لبنان ( بيروت ) : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٨٧ .
- (٣١) أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ، الكويت : دار القلم ، ١٩٧٤ .
- (٣٢) محيي الدين عبد الحلیم ، الرأي العام فی الإسلام ، القاهرة : دار الفكر العربی ، ١٩٩٠ .
- (٣٣) محمد نصر مهنا ، وعبد الرحمن الصالحی ، علم السياسة بین التنظیر والمعاصرة ، الإسكندرية : منشأة المعارف ، ١٩٨٥ .
- (٣٤ : ٣٧) محمد كمال القاضي ، الدعاية الانتخابية ( دراسة نظرية وتطبيقية ) ، القاهرة : المؤلف ، ١٩٩٥ .
- (٣٨ : ٣٠) محمود يوسف مصطفى ، العلاقات العامة والاعلام فی الاسلام ، المملكة العربية السعودية ( جدة ) ، ١٩٨٩ .
- (٣١) مصطفى ملائكة ، فی أصول الدعوة " مقتبسات من كتب د. يوسف القرضاوی " ، القاهرة : مكتبة وهبة ، ١٩٩٩ .
- (٣٢ : ٣٤) محمد كمال القاضي ، الدعاية السياسية والحرب النفسية ، القاهرة : المركز الإعلامي للشرق الأوسط ، ٢٠٠١ .
- (٣٥) عاطف عدلی العبد عبید ، مدخل إلى الاتصال والرأي العام ، القاهرة : دار الفكر العربی ، ١٩٩٩ .
- (٣٦ : ٣٧) عبد الفتاح عبد النبی ، المؤثرون : دراسة نموذج أئمة المساجد فی بناء الاتصال ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٩٥ .
- (٣٨) محمد منیر حجاب ، مهارات الاتصال للإعلامیین والتربویین والدعاة ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩ .
- (٣٩) الحافظ عماد الدین أبو الفداء اسماعیل بن كثير القرشي دمشقی ، تفسير القرآن العظيم - الجزء الرابع - ، القاهرة : مكتبة دار التراث ، غير معلوم سنة النشر
- (٤٠) ملفین - ل - ديفلیر ، نظريات وسائل الاتصال ، ترجمة : كمال عبد الرؤوف ، القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٣ .
- (٤١) محمد حماد ، تعلم الهيروغليفية : لغة مصر القديمة وأصل الخطوط العالمية ، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩١ .

- (٤٢) ملفين . ل . ديفليور ، المرجع السابق .
- (٤٣) كمال عبد الرؤوف ، نقلا عن (ملفين . ل . ديفليور) ، المرجع السابق .
- (٤٤) خليل صابات ، تاريخ الطباعة ، القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٩ .
- (٤٥) حمدي حسن ، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٨٧ .
- (٤٦) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، مرجع سابق .

## الكتب والمؤلفات ( التي أصدرها المؤلف )

- ١ - النظام البرلماني المصري - ( مذبولى عام ١٩٨٧ ).
- ٢ - الأوضاع المقلوبة " مجموعة قصص قصيرة " - الهيئة المصرية العامة للكتاب عام ١٩٨٧ .
- ٣ - شرح قانون انتخاب مجلس الشعب ، عام ١٩٨٩ .
- ٤ - دليل انتخابات مجلس الشورى ، عام ١٩٨٩ .
- ٥ - الطريق إلى روما ، عام ١٩٩٠ .
- ٦ - الدعاية الانتخابية ، عام ١٩٩٦ .
- ٧ - المنوفية : الأرض الطيبة - كتاب إعلامى عن محافظة المنوفية - تأليف مشترك - عام ١٩٩٧ .
- ٨ - التشريعات الإعلامية - الطبعة الأولى عام ١٩٩٨ والطبعة الثانية عام ٢٠٠٠ .
- ٩ - الدعاية السياسية والحرب النفسية ، المركز الإعلامى للشرق الأوسط عام ٢٠٠١ .
- ١٠ - العلاقات العامة : " الاتصال - التنظيم - الإدارة " - المركز الإعلامى للشرق الأوسط عام ٢٠٠١ .
- ١١ - مقدمة فى الاتصال الاعلامى ، عام ٢٠٠٢ .

## المؤلف

- ❖ مدرس الإعلام والعلاقات العامة بقسم الإعلام ( كلية الآداب - جامعة حلوان ) ، وبكلية الإعلام ، والمعهد العالى للإعلام وفنون الاتصال ( جامعة ٦ أكتوبر ) .
- ❖ محاضر بدبلوم الدراسات العليا " قسم العلاقات العامة " بكلية الإعلام ( جامعة القاهرة ) ، وبقسم الإعلام بكلية الآداب ( جامعة عين شمس ) وبقسم الصحافة بكلية الآداب جامعة المنوفية .
- ❖ عضو اتحاد الكتاب .
- ❖ الأمين العام المساعد لاتحاد الكتاب الأفرو أسوى .
- ❖ نائب رئيس مجلس إدارة جمعية الصداقة العربية الكورية .
- ❖ نائب رئيس مجلس إدارة الجمعية العربية للفنون والثقافة والإعلام .
- ❖ عضو اللجنة المصرية للتضامن الأفرو أسوى .
- ❖ لواء شرطة سابق .
- ❖ خبير أمنى ( قام بتقديم دراسات وإلقاء محاضرات فى موضوعات : أمن الوثائق والمستندات - الإعلام العسكرى - القضاء العسكرى - التنظيم الإدارى الأمنى فى دول : الكويت - الإمارات العربية - المملكة العربية السعودية ) .

## حق الملكية الفكرية

لا يجوز نشر أى جزء من هذا المؤلف ، أو نقله على أى وجه ، أو بأى طريقة ، أو اختزاله كله، أو بعضه بطريقة النقل ، أو التصوير ، أو الاسترجاع ، أو بأى طريقة أخرى سواء كانت إلكترونية ، أو ميكانيكية ، أو تصويرية ، أو تسجيلية ، أو من خلال أجهزة الكمبيوتر ، أو خلاف ذلك ، إلا بموافقة مؤلف الكتاب على ذلك صراحة وكتابة ومقدما ..

\* كتابه كمبيوتر \*

أ. هشام فتحى

ت.مرل : ٢٣٣١٣٦٠

ت.محمول : ٠١٢٤٢٠٨٨٦٧

الناشر

المركز الإعلامى للشرق الأوسط

( سمير عبد الوهاب )

٤٦ ش البستان - القاهرة

ت وفاكس : ٣٩٢٣٠٤٩

.....

رقم الإيداع ٢٠٠٢/٨٥٦٠